



Nº 514 AÑO 2025

aseguradores

ENTREVISTAS

Javier Barberá

(Consejo General)

José Manuel García Rivero

(ASEFA)

Jaime Ortíz

(ASISA)

ESPECIAL

Salud: más allá de las
coberturas tradicionales



Construcción: respuestas
a los nuevos escenarios

En Caser, queremos comunicarnos contigo

Es el momento de emprender y somos tu mejor opción.

El apoyo en las nuevas tecnologías, el servicio global, la presencia en todo el territorio y nuestro apoyo constante, hacen de Caser todo un referente de la Mediación Profesional.

 ¿ACEPTAS?



TU VIDA | TU SALUD | TU HOGAR | TU AUTO | TUS PENSIONES | TU EMPRESA

901 41 0 707 | agentesycorredores.caser.es

Preparados para ti



Acceda a la revista en
formato digital



- 04 **Reportaje:** El nuevo mapa de los seguros de construcción
- 10 **Encuentro con...** José Manuel García Rivero, director general adjunto de Asefa
- 12 **Reportaje:** Más que ladrillos: riesgos y coberturas
- 16 **Banca y seguros:** CaixaBank persevera en su mala praxis en Seguros
- 17 **Banca y seguros:** ¿Protección o imposición para el cliente?, por Juanma Sánchez-Albornoz
- 18 **Banca y seguros:** 7 prácticas nocivas de la banca en seguros
- 20 **Entrevista:** Javier Barberá, presidente del Consejo General
- 24 **Artículo:** 'Jóvenes Seguros' Primera gran iniciativa para Mediadores -40
- 27 **Escuela de negocio:** Plazas agotadas en la primera edición de 'Jóvenes Seguros'
- 32 **Análisis:** La nueva DEC desata la caja de los truenos
- 33 **Convenios y acuerdos:** Defensa jurídica para la Mediación
- 36 **Reportaje:** Salud, ¿preparados para una sociedad de centenarios?
- 42 **Encuentro con...** Jaime Ortiz, director comercial y marketing de Asisa
- 44 **Reportaje:** Más allá de las coberturas tradicionales
- 49 **Tribuna:** Un sistema que necesita colaboración y soluciones, por Marta Villanueva
- 50 **Convenios y acuerdos:** Condiciones exclusivas para Mediadores colegiados



El nuevo mapa de los seguros de construcción

La Construcción está cambiando rápidamente, con nuevas tecnologías, proyectos más sostenibles y obras cada vez más complejas. Estos cambios obligan a las aseguradoras a revisar sus coberturas y a trabajar de manera más cercana con los Mediadores para ofrecer seguros que respondan a riesgos concretos y a las necesidades reales de cada obra.



Héctor Sánchez (Caser): “La transferencia de riesgos en estos ámbitos es también una gran oportunidad para la Mediación y para el sector asegurador”

La incorporación de nuevas tecnologías y prácticas sostenibles en la Construcción está cambiando la dinámica del sector. En este contexto, la adaptación de las coberturas y la gestión de riesgos se vuelven esenciales.

Un crecimiento estable en la demanda de seguros refleja esta transformación. Según Tatiana Martínez, Underwriting Manager de Construcción en Axa XL Iberia, “este crecimiento responde a la transición energética, impulsada por políticas que promueven las energías renovables y la eficiencia energética, además de la elevada demanda de infraestructuras debido a inversiones en modernización urbana y a la recuperación económica tras la pandemia”.

La sensibilización creciente y el peso de la financiación privada contribuyen al auge de la actividad constructiva y renovable, comenta Héctor Sánchez, director de Edificación e Ingeniería en Caser: “la mayor sensibilización de todos los actores involucrados, el creciente peso de la financiación privada —tanto bancaria como mediante sociedades de inversión— y el auge de la actividad constructiva y de generación renovable, son factores que explican la mayor demanda”.

Además, la complejidad técnica de los proyectos está generando un incremento en las coberturas especializadas, como apunta Manuel Villalba, responsable técnico de Ingeniería en Mapfre: “hemos observado un aumento en coberturas técnicas, adapta-

das a proyectos cada vez más complejos, con un protagonismo especial de las infraestructuras públicas y las denominadas infraestructuras verdes”.

Por otra parte, los proyectos sostenibles están configurando nuevas ne-

cesidades. Manuel Martínez, director de Seguros de Empresas en Occident, afirma que “los montajes de plantas fotovoltaicas han impulsado una demanda de seguros más complejos y personalizados. Asimismo, la exigencia

APOYO PARA MEDIADORES EN SEGUROS DE CONSTRUCCIÓN

Las compañías ofrecen recursos para que el Mediador pueda asesorar mejor en seguros de construcción.

AXA XL brinda asesoramiento técnico sobre nuevos métodos constructivos y tecnologías. También explica coberturas complejas como LEG 3, ALoP o la relación entre bienes preexistentes y responsabilidad civil.

CASER apuesta por una formación continua que abarca riesgos tradicionales y emergentes relacionados con el cambio climático, la transición energética y la sostenibilidad.

MAPFRE mantiene la formación de Mediadores como prioridad y atiende cualquier demanda de capacitación adicional fuera de sus programas habituales.

OCCIDENT ofrece plataformas digitales para cotización, emisión y seguimiento de pólizas. Además, tiene un plan de formación para fortalecer las habilidades de los Mediadores en el trato con clientes.

ZURICH proporciona formaciones técnicas especializadas, tanto presenciales como en línea. También desarrolla herramientas digitales para facilitar la gestión de pólizas y siniestros. Pone a disposición equipos técnicos para colaborar directamente con Mediadores.



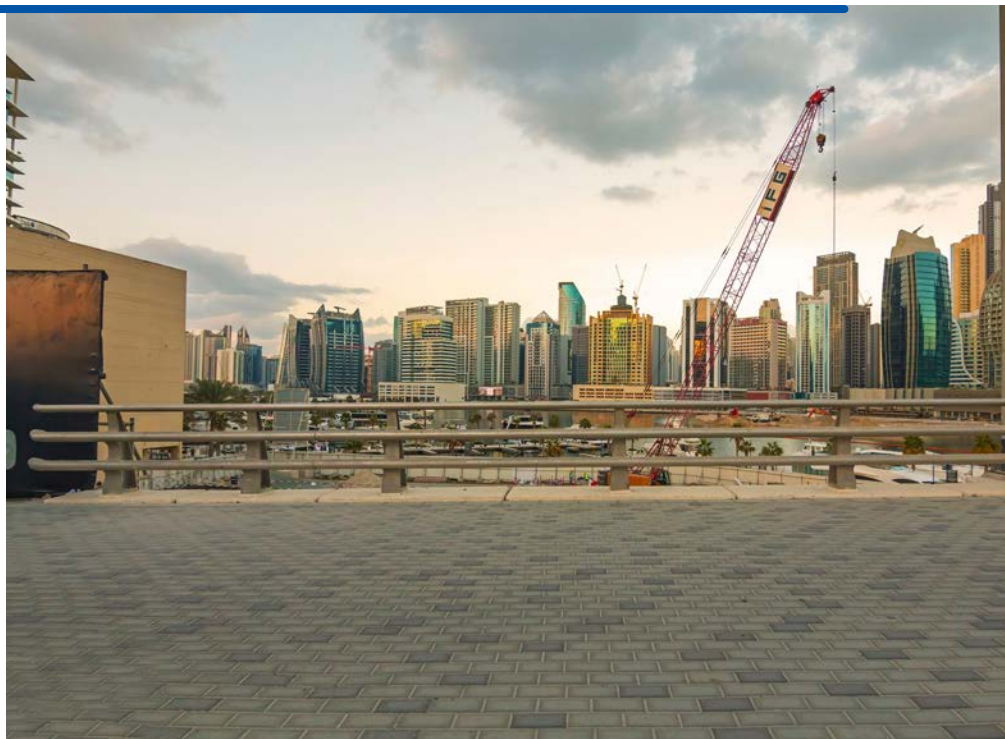
Manuel Villalba (Mapfre): “La demanda de seguros de construcción se mantiene estable y sus fluctuaciones son las propias del sector de la Construcción, que por otra parte es un sector de gran dinamismo”

de garantías por parte de financiadores y promotores está dinamizando el mercado”.

La recuperación gradual impulsada por planes de estímulo también ha influido, aunque factores económicos y de costos condicionan el escenario. Desde Zurich, Julia Vanesa Muñoz y José Filgueira comentan que “tras una recuperación gradual impulsada por planes de estímulo, principalmente en obra pública y rehabilitación energética, la demanda se ha visto condicionada por la incertidumbre económica global, la crisis inmobiliaria en ciertas regiones y el incremento de costes. Sin embargo, ha crecido la conciencia sobre la necesidad de contar con coberturas adecuadas en proyectos con financiación”.

Retos y oportunidades del seguro

Los cambios estructurales requieren respuestas anticipadas. La elaboración de coberturas específicas para riesgos emergentes, impulsados por la sostenibilidad y la digitalización, se vuelve fundamental. Martínez subraya que “desarrollar coberturas específicas y adaptadas a riesgos emergentes, impulsados por la sostenibilidad y la digitalización, es clave. A ello se suman la volatilidad en los precios de materiales, la escasez de mano de obra cualificada y los riesgos derivados del cambio climático”.



Contribuir a la resiliencia y adaptación frente a riesgos vinculados al cambio climático y la digitalización representa una tarea fundamental, según Héctor Sánchez: “el sector debe contribuir a la resiliencia y adaptación de los proyectos frente a riesgos vinculados al cambio climático, las nuevas tecnologías, la digitalización y la transición energética. Estos aspectos también representan grandes oportunidades para la Mediación y el propio sector asegurador”.

En un contexto de mercado blando, mantener la rentabilidad es un desafío, pero la innovación abre puertas a nuevos productos. Para Villalba, “mantener el ratio combinado en un

mercado blando es uno de los principales retos, junto con la complejidad técnica del sector. Sin embargo, la expansión de infraestructuras sostenibles, la innovación en la gestión de riesgos relacionados con la energía y la digitalización de los procesos constructivos abren puertas a productos más personalizados”.

El aumento de la complejidad, la volatilidad económica y climática, y la ciberseguridad constituyen desafíos adicionales, apunta Martínez de Occident. En paralelo, la digitalización y la inteligencia artificial se perfilan como oportunidades clave.

Desde Zurich se destacan retos como la volatilidad en costos, la fre-

CRISIS Y SOSTENIBILIDAD: IMPACTOS EN LA CONSTRUCCIÓN Y SUS SEGUROS

La Construcción depende de la evolución económica global y enfrenta dos factores principales: la crisis inmobiliaria recurrente, que retrasa su recuperación; y el aumento constante de los costes de materiales, que obliga a revisar capitales asegurados y afecta las primas. Estos elementos han llevado a las aseguradoras a adoptar una postura más cautelosa en la evaluación de riesgos.

La sostenibilidad también está modificando las necesidades del sector. Aparecen productos diseñados para energías renovables y para renovar infraestructuras existentes bajo criterios sostenibles. La incorporación de materiales ecológicos implica nuevos riesgos que deben ser estudiados y reflejados en las pólizas. En este sentido, el análisis continuo de siniestralidad es fundamental para ajustar la cobertura a la realidad del sector.



Manuel Martínez (Occident): "Los Mediadores ofrecen un asesoramiento profesional, un hecho altamente valorado, especialmente en proyectos complejos como son las plantas fotovoltaicas u otros proyectos de energía"

cuencia creciente de siniestros y los desafíos legales, junto con oportunidades vinculadas a tecnologías emergentes y el modelo energético renovado.

Papel del Mediador en un entorno cambiante

El Mediador emerge como traductor del cambio en soluciones aseguradoras. Según Tatiana Martínez, "el Mediador ayuda a las empresas a identificar y evaluar riesgos específicos, especialmente en áreas como las energías renovables y las tecnologías sostenibles. Su conocimiento en criterios ESG les permite guiar a los clientes hacia opciones de seguro que alinean inversio-

nes con prácticas responsables y sostenibles".

Gestionar y colocar coberturas adecuadas en este nuevo paradigma requiere experiencia. Héctor Sánchez destaca que "el Mediador se convierte en una figura central para gestionar y colocar coberturas adecuadas. Sin su experiencia y capacidad de adaptación, sería difícil para los sectores de la construcción e inmobiliario afrontar este nuevo paradigma".

El valor añadido que ofrecen los Mediadores radica en el asesoramiento experto y la interpretación del riesgo, como explica Manuel Villalba: "los Mediadores no solo intermedian, sino que interpretan el riesgo. Ofrecen un



Tatiana Martínez (Axa XL): "Las aseguradoras y Mediadores deberían colaborar más en la formación para entender mejor los riesgos del sector de la Construcción"



valor añadido crucial mediante asesoramiento experto, gestión de riesgos y la búsqueda de soluciones innovadoras. Actúan como asesores técnicos que traducen las necesidades del cliente a las aseguradoras y orientan estratégicamente a las empresas”.

La red de Mediadores es clave para la relación entre aseguradoras y clientes, añade Martínez de Occident. “Nuestra red de más de 14.000 agentes y corredores es clave, representando más del 90% de la facturación. Este canal establece un enlace directo y eficaz entre la empresa y sus clientes”.

En Zurich se hace hincapié en la evolución del rol del Mediador, lo que implica un soporte técnico integral: “Ahora analizan proyectos en profundidad, revisan coberturas, asesoran sobre condiciones y valores asegurados, y acompañan a los clientes durante la gestión de siniestros”.

Actualizarse para avanzar

La formación conjunta es un pilar para adaptarse a la rápida evolución del sector. Compartir conocimiento y mejorar la gestión y el intercambio de datos son esenciales. Según Martínez, “aseguradoras y Mediadores necesitan compartir conocimiento para comprender mejor los riesgos específicos de la Construcción. Además, mejorar la gestión y el intercambio de datos es clave para una atención más ágil y ajustada a las necesidades”.



Sánchez plantea que “establecer un diálogo continuo y sistemático, junto con formaciones especializadas que permitan responder con rapidez a la acelerada evolución del sector y los nuevos riesgos que surgen, asegurando así un servicio actualizado y de calidad para nuestros clientes”.

Mantener una comunicación fluida y constante entre todos los actores facilita ofrecer soluciones adaptadas, indica Villalba: “la colaboración es esencial tanto en la fase de prevención y análisis de riesgos como en la comunicación post-siniestro. Mantener una comunicación fluida y constante garantiza que podamos ofrecer las mejores soluciones a nuestros clientes en todas las etapas del proceso”.

También es fundamental, como destaca Martínez “el uso de plataformas digitales integradas, que mejora la rapidez y eficacia de las respuestas. Además, se deben desarrollar productos que se ajusten a nuevas tipologías constructivas y riesgos emergentes”.

Desde Zurich se cree que “el futuro pasa por diseñar seguros específicos para mercados en desarrollo” y enfatizan en “reforzar el trabajo para adaptar la oferta a segmentos como la rehabilitación, la construcción industrializada o los proyectos sostenibles”. Igualmente, se concluye es muy importante disponer de información detallada y procesos afinados, lo que permite ajustar la tarificación y adaptar las coberturas”.



Julia Vanesa Muñoz y José Filgueira (Zurich):

“Los Mediadores profesionales están desempeñando un papel crucial como asesores técnicos en un entorno cada vez más exigente”



Especialistas en seguros para la Industria de la Construcción

Decenal de Daños | Todo Riesgo Construcción | Caución | Avería de Maquinaria
Rehabilitación Trienal | Garantía Trienal de Habitabilidad | Responsabilidad Civil





José Manuel García Rivero, Director General Adjunto de Asefa

Con más de medio siglo de trayectoria, Asefa se ha consolidado como referente en seguros para el sector de la construcción. José Manuel García Rivero, director general adjunto, repasa las líneas estratégicas que marcarán el rumbo de la compañía y el valor añadido que ofrecen a los Mediadores en un ámbito especialización con alto valor añadido. “Queremos consolidar nuestro liderazgo como aseguradora de referencia en Construcción, siendo no solo un proveedor de seguros, sino un socio técnico y estratégico para nuestros clientes y Mediadores”, afirma García.

Asefa es un referente en seguros para la Construcción. ¿Qué papel juegan estas pólizas?

Son una herramienta clave para la estabilidad de los proyectos inmobiliarios y de la construcción, pues aportan

seguridad jurídica, respaldo económico ante imprevistos y confianza a todos los agentes implicados. Nosotros llevamos más de 50 años contribuyendo con la industria, favoreciendo el desarrollo de un entorno más seguro, previsible y competitivo.

¿Que oportunidades presenta este mercado?

El mercado presenta una serie de desafíos relevantes: la escasez de mano de obra especializada, la transformación energética, la necesaria adapta-

"Creemos en una relación estrecha y sostenida"

ción a exigencias medioambientales y la necesaria industrialización. A ello se suma la complejidad de los proyectos, tanto en términos técnicos como regulatorios. Desde el punto de vista asegurador, esto implica una mayor necesidad de soluciones técnicas y adaptadas a cada realidad constructiva. En Asefa respondemos mediante una oferta aseguradora especializada, un enfoque técnico en la suscripción y una cercanía operativa que nos permite acompañar a los clientes hasta la finalización del proyecto. Además, trabajamos constantemente en productos vinculados a la rehabilitación, la sostenibilidad y la industrialización, auténticas palancas de crecimiento.

¿Que productos de construcción despiertan más interés?

El Seguro Decenal de Daños sigue siendo el producto más representativo, especialmente en el ámbito residencial. No obstante, observamos un creciente interés en productos complementarios, como el seguro de Rehabilitación Trienal y de las garantías complementarias del Seguro Decenal de Daños, como son la de Habitabilidad y las de Estanqueidad de fachadas y cubiertas.

A medio plazo, ¿qué líneas vais a desarrollar para seguir creciendo?

Nuestro enfoque se basa en tres ejes: especialización, innovación y cercanía al cliente. En primer lugar, seguiremos

profundizando en la especialización técnica para adaptarnos a la evolución de los sistemas constructivos, las normativas y los riesgos emergentes. En segundo lugar, apostamos por la innovación en productos y procesos, aprovechando la tecnología para mejorar la experiencia de nuestros colaboradores y asegurados. Por último, mantenemos el compromiso con una atención cercana, ágil y personalizada.

¿Qué lugar ocupa el canal de corredores en vuestra estrategia?

El canal de corredores es absolutamente estratégico. Colaboramos con una amplia red de Mediadores que representan un vínculo esencial con el mercado y nos permiten llegar de manera eficiente y profesional a los clientes. Dada la tecnicidad del seguro de Construcción, la especialización de los Mediadores es clave. Valoramos profundamente el conocimiento técnico y el compromiso con la formación continua que muchos corredores han desarrollado en este ramo. Creemos firmemente en una relación basada en la confianza, la transparencia y el acompañamiento, lo que se traduce en una colaboración estrecha y sostenida a largo plazo.

¿Qué oportunidades hay para el corredor en este tipo de seguro?

El seguro de Construcción ofrece a los corredores un campo de especialización con alto valor añadido. No se trata de una venta transaccional, sino de

un asesoramiento técnico que permite construir relaciones de largo plazo con promotores, constructoras y técnicos. Ponemos a disposición de los Mediadores herramientas específicas, formación técnica, asesoramiento personalizado y una interlocución directa con los equipos técnicos y comerciales. Queremos que se sientan respaldados y que puedan trasladar ese valor a sus clientes. Nuestra experiencia y especialización son sus mejores aliados para posicionarse con éxito en este nicho.

En formación y acompañamiento técnico, ¿qué iniciativas tenéis?

La formación es una piedra angular de nuestra estrategia de colaboración con los Mediadores. En un ramo tan técnico y regulado, el conocimiento marca la diferencia. Por ello, hemos desarrollado un plan formativo que incluye webinars, jornadas presenciales e incluso formaciones a medida. Además, nuestros equipos están en contacto permanente con los corredores para acompañarlos en la suscripción de riesgos, interpretación normativa o resolución de casos complejos. Este acompañamiento continuo es parte de nuestra propuesta de valor y uno de los motivos por los que creemos que somos considerados un socio de referencia.

"Acompañamiento continuo al Mediador es parte de nuestra propuesta de valor"



Más que ladrillos: riesgos y coberturas

La recuperación del sector de la Construcción abre nuevas oportunidades para el Seguro, pero también plantea riesgos cada vez más complejos. En este escenario cambiante, la figura del Mediador resulta clave para acompañar al cliente con asesoramiento, para adaptar las coberturas a cada proyecto y facilitar la comprensión de unas pólizas que cada vez requieren mayor especialización técnica y precisión.



El repunte gradual que muestra el sector de la Construcción en nuestro país abre nuevas oportunidades para el Mediador de seguros, dado que la demanda de coberturas sigue creciendo y su papel como asesor profesional resulta clave para el desarrollo del ramo. Gonzalo Monera Rodríguez, director general de la correduría ASP, comenta que “la demanda muestra una evolución positiva, especialmente tras la reactivación del sector inmobiliario y de la obra pública. La gran crisis del sector se ha ido superando y aún lo hará más, debido a la acuciante necesidad que tiene el país de construir vivienda. Cubrir adecuadamente la Responsabilidad Civil sigue siendo el principal riesgo que el sector cede a las compañías a cambio de pagar una prima. Se aprecia un aumento en la contratación de seguros obligatorios, como la Garantía Decenal, y no tan solo para viviendas, sino también para otros usos distintos. Otros seguros, como el Todo Riesgo Construcción, se ven impulsados por una mayor concienciación del asegurado para cubrir sus daños propios”.

Un factor que influye en este crecimiento es la recuperación del mercado inmobiliario y la inversión en infraestructuras, tanto públicas como privadas. Según señala Carlos Sánchez-Ramade, Managing Director de Energía e Infraestructura en BMS Iberia, “se ha producido un repunte en la construcción gracias en gran medida a la recuperación del mercado inmobiliario y a la inversión en infraestructuras públicas y privadas. Ya es habitual ver en todos los pliegos de las diferentes Administraciones Públicas que se solicitan diferentes pólizas para cubrir los riesgos derivados del proyecto, como mínimo seguros de Responsabilidad Civil del constructor y Todo Riesgo Construcción.

Lo mismo ocurre con la inversión privada, dado que los financiadores cada vez son más exigentes con las coberturas aseguradoras que solicitan a los promotores como medio de proteger su inversión”.

Diferencias en la oferta

La oferta de pólizas para cubrir estos riesgos no es homogénea y varía entre compañías. Gonzalo Monera explica que “existen diferencias significativas, especialmente en lo relativo al alcance de las coberturas, sus límites, franquicias y sobre todo las exclusiones. El Mediador y asegurado valoran cada vez más la flexibilidad en la suscripción. Aunque los productos comparten una estructura básica común, cada compañía adapta su oferta en función de su experiencia técnica, apetito de riesgo y perfil de cliente. Esto hace especialmente valiosa la figura del Mediador especializado, que puede identificar la solución más adecuada según la naturaleza y complejidad de cada obra”.

Esta opinión es compartida por Carlos Sánchez-Ramade, quien agrega que “más allá de los sublímites y franquicias, que son los puntos obvios que se revisan en todos los comparativos de ofertas, es fundamental analizar la redacción y alcance de las diferentes coberturas y de las exclusiones. No todos los condicionados de pólizas son iguales y es importante analizarlos caso a caso y conocerlos, porque una póliza no deja de ser un contrato entre dos partes y, en caso de siniestro, se aplicará el condicionado completo de la póliza con sus coberturas y exclusiones”.

Cuando los Mediadores enfrentan riesgos complejos deben superar retos que van más allá de la oferta disponible en el mercado. En ASP indican que

ASPECTOS CLAVE EN SEGUROS DE CONSTRUCCIÓN

A tener en cuenta

- Necesidad de una suscripción más precisa y un asesoramiento especializado por parte del Mediador
- Influencia de la inflación y la escasez de materiales
- Aumento de la complejidad del riesgo: fenómenos climáticos, nuevas tecnologías y exposición cibernética

Líneas de desarrollo

- Avance hacia soluciones más personalizadas
- Crecimiento de la edificación sostenible
- Mejora en la prevención y la gestión del riesgo gracias a la colaboración entre actores del sector
- Incremento de la inversión en infraestructuras



¿QUÉ PIDEN LOS MEDIADORES A LAS ASEGURADORAS?

ASP

"Solicitamos una mayor flexibilidad en la suscripción y que se comprenda bien la naturaleza del riesgo, sobre todo en proyectos con características técnicas especiales. Las coberturas deben adaptarse a las necesidades reales de cada asegurado, ya que los distintos roles dentro del sector de la edificación requieren coberturas específicas. También valoramos agilidad en la emisión de pólizas y en la gestión de siniestros, junto con una actualización constante que incorpore riesgos emergentes."

BMS

"Demandamos más flexibilidad para ajustar las cotizaciones a las exigencias que encontramos en la Administración Pública. Los pliegos cada vez piden más coberturas y cotizaciones sin franquicia, pero no todas las aseguradoras responden completamente. El seguro no puede ser el motivo para que nuestros clientes pierdan contratos ya adjudicados."



las aseguradoras son conservadoras a la hora de asumir nuevos riesgos, por lo que podrían ser riesgos no asegurables. En las compañías aseguradoras cada vez tiene más protagonismo su Departamento de Ingeniería, lo que implica que la decisión sobre la asegurabilidad de un riesgo no recae tanto en el suscriptor, sino en figuras como el ingeniero de riesgos".

El valor del consejo profesional

Frente a estos desafíos, el papel del Mediador cobra especial relevancia para guiar al cliente en la correcta elección y actualización de coberturas y sumas aseguradas. Monera comenta que "existe un esfuerzo creciente por parte de los Mediadores para concienciar al cliente sobre la necesidad de revisar y ajustar periódicamente sus pólizas. Hablamos de regularizar y actualizar capitales o facturaciones, evitando así posibles infraseguros en caso de siniestro. Sin embargo, aún persiste cierta resistencia por parte de algunos asegurados a contemplar riesgos emergentes, como el cambio

"las principales dificultades provienen de la complejidad técnica de los proyectos, que requieren de un conocimiento profundo tanto del sector asegurador como del proceso constructivo. Es aquí donde la figura de un Mediador especializado adquiere una vital importancia, diferenciándose de Mediadores generalistas más enfocadas a seguros de venta masiva. A esto se suma la falta de uniformidad en las condiciones entre aseguradoras y la necesidad de interpretar pólizas muy

técnicas para trasladarlas con claridad al cliente".

Un aspecto relevante es la incertidumbre en torno a proyectos que usan materiales o métodos constructivos poco habituales. Desde BMS advierten que "nuestra mayor preocupación en proyectos en los que los clientes utilizan materiales o métodos constructivos no tradicionales es la respuesta que vamos a obtener del mercado asegurador. Todo lo que es nuevo y desconocido genera incertidumbre y



climático, muchas veces por desconocimiento o por una falsa sensación de cobertura total. Es esencial seguir trabajando en la formación del cliente y en la incorporación por parte de las compañías aseguradoras de garantías que respondan a estos nuevos escenarios de riesgo”.

En el caso de obras nuevas, es menos común encontrar infraseguros, pero hay que tener en cuenta obras paralizadas o contratos modificados. Carlos Sánchez-Ramade apunta que “en las pólizas de construcción, dado que se aseguran proyectos nuevos y en base al presupuesto de ejecución, no solemos encontrarnos con muchos casos de infraseguro. Sí es importante revisar las sumas aseguradas en obras que han estado largo tiempo paralizadas, así como actualizar la suma asegurada en caso de que haya una revisión de precios del contrato o se firme algún modificado al mismo. Como protección adicional, en la mayoría de las pólizas se incluyen cláusulas de margen automático y de protección contra la inflación para paliar las posibles desviaciones”.

Sobre la responsabilidad del Mediador ante infraseguros o coberturas inadecuadas, Monera sostiene que “tenemos una responsabilidad muy importante. No solo debemos informar, sino que debemos asesorar con rigor sobre las coberturas y sumas aseguradas adecuadas, adaptadas a las características específicas de cada proyecto. Sin embargo, la responsabilidad final también recae en el asegurado, quien debe proporcionar información precisa y actualizada. La colaboración y comunicación fluida entre ambas partes es clave para minimizar infraseguros y garantizar una protección efectiva frente a los riesgos propios de la construcción”.

Sánchez-Ramade concluye que “los Mediadores somos consultores de riesgos que asesoramos a los clientes, pero son ellos quienes tienen la decisión final sobre sus activos y sus riesgos. Lamentablemente, muchas veces los clientes no siguen nuestras recomendaciones sobre qué asegurar y cómo, dado que el seguro en muchas empresas se sigue considerando un puro coste”.



Gonzalo Monera

(ASP): “La variedad de oferta hace especialmente valiosa la figura del Mediador especializado, que puede identificar la solución más adecuada según la naturaleza y complejidad de cada obra”



Carlos Sánchez-Ramade

(BMS Iberia): “Los Mediadores somos consultores de riesgos que asesoramos a nuestros clientes, pero son ellos quienes tienen la decisión final sobre sus activos y sus riesgos”



Sigue acumulando sentencias condenatorias

CaixaBank persevera en su mala praxis en Seguros

Será el banco líder del país en negocio y clientes pero también lo es en mala praxis en la comercialización de seguros. Dos sentencias condenatorias, una de Lebrija y otra de Ponferrada, han vuelto a evidenciar que CaixaBank sigue con sus prácticas y asesoramiento abusivos en la venta de productos aseguradores. ¿Tan difícil es ponerle coto y hacer que cumpla la ley?

Entre ambas sentencias hay apenas dos meses de diferencia. Por orden cronológico, la primera fue la del Juzgado número 2 de Lebrija, declarando abusiva la inclusión de un seguro de vida en un contrato de préstamo hipotecario de CaixaBank porque los consumidores afectados lo suscribieron sin haber tenido la opción de decidir si deseaban o no contratarlo; les fue impuesto, de manera unilateral. El tribunal ha declarado nula dicha cláusula del contrato y ha condenado al banco a devolver el importe de la prima del seguro, recalcular el cuadro de amortización del préstamo hipotecario, asumir los intereses generados y pagar las costas procesales. ¡Qué menos!

El juez ha tenido en cuenta que, aunque en el contrato no se especificaba de manera explícita que el seguro era obligatorio, en la práctica, el banco operaba el seguro como una garantía adicional al préstamo, exigiendo al prestatario la suscripción de un formulario previamente redactado para contratar el seguro. Esta suscripción se realizaba en las oficinas del banco antes de formalizar la escritura pública del préstamo hipotecario. Además, actuaba como tomador y beneficiario del seguro, participando el prestatario solo como asegurado.

Desigualdad de trato

La segunda sentencia es del Juzgado de Primera Instancia nº 3 de Ponferrada y dictamina que CaixaBank incurrió en responsabilidad contractual por ofrecer un asesoramiento



inadecuado en la contratación de seguros de vida con prima única, cuya financiación se incluyó en el capital de una hipoteca. Tendrá que devolver los intereses remuneratorios, incluso aunque las pólizas ya hayan sido canceladas.

Según el fallo judicial, actuó como operador de banca-seguros, incumpliendo sus obligaciones de información y asesoramiento (ofreció a los clientes un seguro de prima única financiada, una opción muy desventajosa respecto a un seguro con prima anual renovable). Los clientes fueron inducidos a contratar un producto que no se adecuaba a sus necesidades, generando una carga financiera adicional de casi 9.000 euros justo al adquirir su vivienda habitual, lo que agravó su situación económica.

El Consejo General de Mediadores lo tiene claro en ambos casos: “persisten las prácticas abusivas de la banca, que sigue acumulando condenas a pesar de las recomendaciones y exigencias de Banco de España, EIOPA y el Gobierno, sin que se tomen las medidas pertinentes. Es decir, sigue la desigualdad de trato”.



JUANMA SÁNCHEZ-ALBORNOZ

Presidente del Colegio de A Coruña

Seguros Bancarios bajo la lupa: ¿Protección o imposición para el cliente?

Estos días leíamos en la prensa el caso de una empleada de Caixa-bank, con 32 años de antigüedad como gestora comercial, que la despidieron por haber contratado 123 pólizas de seguro sin consentimiento de los clientes. Esta noticia me llevó a preguntarme cómo es posible que una profesional con tanta experiencia incurra en una falta tan grave. Llegué a la siguiente conclusión: la presión que ejercen las entidades bancarias sobre sus empleados para alcanzar objetivos de venta de seguros es asfixiante.

También recordé que los clientes se ven sometidos a auténticos chantajes: comisiones, subidas en los tipos de interés de las hipotecas o incluso una menor rentabilidad en sus cuentas si no contratan los seguros con la entidad. Esta práctica, convierte la relación banco-cliente en un juego de imposiciones y amenazas veladas.

Resulta igualmente alarmante el uso que las entidades bancarias

hacen de nuestros datos personales. Basta con realizar un pago en una clínica veterinaria para recibir, poco después, publicidad de un seguro para mascotas. Si el seguro del coche está próximo a vencer, enseguida llega el mensaje: "Próximamente vencerá su seguro de coche, le podemos ofrecer...". Es un claro ejemplo de uso y abuso de nuestra información privada.

La situación se agrava para los empresarios que desean solicitar un crédito o una línea de financiación: conseguirlo sin "entregar", y utilizar el término deliberadamente, todos los seguros a la entidad bancaria es prácticamente imposible.

No cabe duda de que los consumidores están desprotegidos en el entorno bancario. El empleado de confianza, en realidad, responde a los intereses de la entidad que le paga y de la que depende su puesto de trabajo, lo que impide un asesoramiento imparcial y honesto.

Me resulta incomprensible que el legislador no atienda con mayor profundidad las demandas de los consumidores y de los Mediadores de seguros, quienes denunciamos de forma constante estas prácticas abusivas. Parece que, en cierto modo, la sociedad ha terminado por normalizar esta situación, mientras que en otros ámbitos sí se protege y defiende activamente al consumidor.

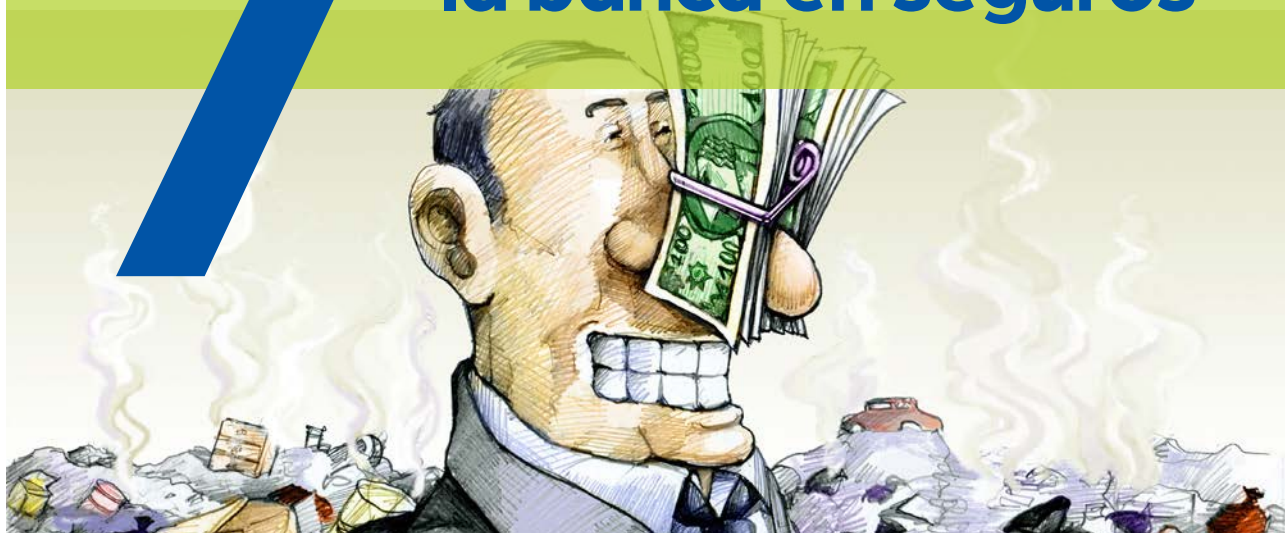
Aunque existen numerosas sentencias condenatorias por abusos en la venta de seguros, la respuesta legislativa sigue siendo insuficiente. Esta realidad invita a reflexionar sobre las causas de esta inacción, entre las que podrían estar las complejas relaciones entre el sector financiero y el ámbito político.

Creemos que ha llegado el momento de poner fin a estas prácticas que perjudican al consumidor y exigir un entorno más justo y transparente para todos.



7

prácticas nocivas de la banca en seguros



El comparador SegurChollo acaba de dar a conocer un informe propio que recopila más de 500 testimonios de usuarios y detecta patrones comunes de reclamaciones relacionadas con seguros contratados a través de entidades bancarias. En el mismo describe las 7 prácticas habituales de la banca en la comercialización de algunos seguros.

El análisis, basado en comentarios y experiencias compartidas durante el último año, identifica lo que el comprador denomina como “tendencias preocupantes en la contratación de seguros a través de bancos, especialmente en productos vinculados a hipotecas”. Agrupa además las reclamaciones en 7 categorías principales, que “reflejan una problemática recurrente en la relación entre banca y seguros, pese a las restricciones legales existentes”. Como se suele decir, más claro, agua.

Las referidas 7 prácticas son:

- Obstáculos para cancelar pólizas, incluyendo plazos excesivos o exigencia de trámites presenciales.
- Precios desproporcionados, con seguros bancarios hasta un 93 % más caros que en aseguradoras independientes.
- Contratación de productos no solicitados o con capitales innecesariamente elevados.
- Devolución unilateral de recibos de seguros contratados fuera del banco.
- Venta de seguros de prima única, pagados por adelantado, que reducen la libertad de elección del cliente.
- Imposición de seguros de vida, hogar o salud como condición para obtener una hipoteca.
- Penalizaciones por cancelar el seguro con el banco, como la pérdida de bonificaciones o el aumento de la cuota mensual de la hipoteca.

El trabajo va incluso más allá y recuerda que la Ley 5/2019, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, “prohíbe imponer seguros con una entidad concreta, siempre que se presente una póliza alternativa que cumpla los requisitos exigidos”.



Seguro de Salud

Asegura tu salud física y emocional con AXA

Cuidar de tu salud requiere calidad y confianza, y en AXA lo tenemos claro. Por eso, te ofrecemos un seguro de salud diseñado para adaptarse a tus necesidades, y con el apoyo de los mejores profesionales y mediadores.

Infórmate aquí | axa.es

Cobertura otorgada por AXA Seguros Generales.

paralímpicos



Javier Barberá

Presidente del Consejo General

“Cuando empleados de empresas ajenas al seguro prescriben pólizas sin habilitación, algo no se está haciendo bien”

En su nuevo mandato, el presidente reelegido del Consejo General de Mediadores de Seguros, Javier Barberá, se propone consolidar una organización más influyente, útil y conectada con la realidad del sector. Con una Comisión Permanente ampliada y territorialmente más representativa, defiende una Mediación con voz propia frente a la competencia desleal, el exceso normativo y la presión tecnológica. Formación, eficacia institucional y firmeza en la defensa profesional marcan la hoja de ruta de esta nueva etapa.

¿Cuáles han sido los logros más significativos de su anterior mandato y de qué manera han influido en su reelección?

Durante los últimos cuatro años hemos trabajado con rigor y seriedad, con el objetivo de construir una organización más fuerte y respetada. Nos hemos centrado en poner sus ideas, personas e influencia al servicio de la Mediación, a través de los Colegios. Solo así ha sido posible multiplicar el respeto y la atención hacia la profesión, trascendiendo el marco convencional de la marca.

¿Cómo planea mantener la confianza de los Mediadores y que este segundo período no será una mera continuidad?

No se trata de demostrar, ni mucho menos de justificarse, porque corremos el riesgo de acabar siendo una organización que se autorreferencie. Se trata de ser útiles. Ser eficaz consiste en tener la capacidad de cumplir los fines fundacionales con diligencia, sobriedad y determinación. Para ello, es imprescindible el equipo, fomentar la participación y aglutinar sensibilidades e iniciativas que desarrollen nuevos proyectos, aumentando alcance y eficacia. Por eso contamos con una elevadísima participación de Colegios en las Comisiones de Trabajo. Yo creo que este es el mejor camino para enriquecer nuestra institución y facilitar la adaptación a las necesidades actuales.

El gran objetivo no ha cambiado: la representación de toda la Mediación, la propuesta de servicios útiles

y lograr que el Colegio sea el lugar de encuentro de la profesión.

La nueva Comisión Permanente cuenta con seis nuevos miembros. ¿Qué aportan y cuáles son sus expectativas?

La Comisión Permanente tiene la mayor representación territorial, probablemente, de su historia, y una composición muy equilibrada y diversa desde el punto de vista profesional. La incorporación de nuevas caras al Consejo General aporta vitalidad, nuevas ideas y el dinamismo de personas que se comprometen generosamente con la profesión.

¿Cuáles considera que son los desafíos más urgentes que deben abordar los Colegios de Mediadores en la actualidad?



50 Aniversario de CECAS

“El aniversario de nuestra escuela de negocios supone una satisfacción enorme porque significa constancia, calidad e innovación. En estos 50 años, casi 200.000 personas han pasado por nuestras aulas y cada año ese número se incrementa. Estamos ampliando fórmulas formativas especializadas, de menor duración y muy vinculadas a la actualidad aseguradora. Por supuesto, seguimos muy fuertes en la formación habilitante y, desde la pandemia, en formato online y semipresencial. Los 50 años de CECAS son un estímulo para mantener vivo un legado que se actualiza cada año y nos obliga a mejorar permanentemente, nuestra única fórmula para ser la opción preferida de la Mediación”.

El más importante es no caer nunca en la autocomplacencia. Los cementerios están llenos de instituciones que eran “imprescindibles”. En nuestro caso, los desafíos pasan por la firme representación de los intereses de la Mediación, la formación continua, el uso de tecnología como elemento de eficiencia, la libertad de mercado desde el cumplimiento de la normativa, el reto demográfico, la defensa del usuario y la recuperación del compromiso entre los jóvenes. Nuestra actividad se sustenta sobre la deontología y los valores profesionales, por eso seguiremos encarando tanto las malas praxis en la comercialización de seguros, independientemente de quién la realice, como la exigencia de titulación habilitante a quien informe, prescriba o venda una póliza de seguros. Proba-

blemente, nuestra profesión sea una de las que más ha evolucionado en los últimos años. Acompañar ese proceso, en toda su amplitud, sin duda, es el mayor reto.

Tres tipos de retos

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el mercado asegurador?

El exceso de normativa, la dificultad para obtener coberturas para empresas industriales; la competencia desleal; la publicidad engañosa; o la irrupción de la IA. Por supuesto, los efectos climatológicos o el ajuste de la prima al nivel real de riesgo de cada usuario siguen ahí como retos, aunque ya se han convertido en elementos recurrentes.



Una mirada hacia el futuro

"Si pienso en el futuro, soy optimista, y no solo por el interés que despiertan nuestros negocios en inversores o por las fusiones que permiten ganar volumen, eficiencia y capacidad, sino también porque he sido testigo de la transformación continua de nuestra actividad, siempre en la dirección de ser mejores, más profesionales, más globales y más preparados técnicamente. Además, en medio de tanta tecnología, nuestra proximidad al cliente, el contacto físico o la disponibilidad –siempre sobre una base de conocimiento muy sólida– nos hace indispensables. En los grandes siniestros, se hace tal vez más evidente, pero nuestra fortaleza está en el día a día. En la asesoría sobre riesgos y coberturas; en la pasión que ponemos para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes. Veo una nueva generación que ya está recogiendo la antorcha y que va a protagonizar un salto de calidad en todos los sentidos".

¿Qué retos específicos afronta la Mediación y cómo se superan?

Hay tres tipos de retos: uno derivado del exceso de cargas administrativas, regulaciones y fiscalidad que tienden a asfixiar a los negocios, en su mayoría pequeñas empresas; otro, de interlocución con las aseguradoras, que en los últimos años se ha complicado hasta llegar, en no pocas ocasiones, a convertirse en un problema; y, en tercer lugar, el que se refiere a la dimensión que debe tener un negocio Mediador para poder acometer las inversiones que exige el entorno actual. Añadiría la competencia desleal donde la inspección de la DGS debería jugar un papel clave. Para superarlos, los Colegios aportan asesoramiento; reivindicación ante las Administraciones y compañías y constancia.

El ámbito del corretaje en España está experimentando cambios importantes. ¿Cómo se está reestructurando?

El corretaje de seguros está evolucionando hacia un modelo más digital, personalizable y eficiente, donde la colaboración entre aseguradoras y corredores es clave para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado. El asesoramiento técnico es fundamental para una eficiente gestión de aseguramiento, que justifica, de manera suficiente, la remuneración que percibe el corredor, en función de los beneficios que su labor reporta al asegurado.

¿Cómo afecta la competencia desleal y el exceso de normativa a la labor de los Mediadores?

Cuando un negocio de Mediación tiene que dedicar hasta el cincuenta por ciento de su tiempo a cumplir procedimientos administrativos relacionados con la regulación administrativa, en lugar de dedicarlo al cliente, algo no está funcionando. Por no hablar de un sistema fiscal que nos ahoga. Cuando emplea-

dos de empresas tecnológicas, concesionarios de vehículos u oficinas de Correos, entre otros, prescriben pólizas de seguros sin tener la habilitación obligatoria, o la publicidad engañosa degrada el producto y daña al sector, algo no se hace bien. Cuando la banca se permite el lujo de comercializar seguros incumpliendo la ley, a pesar de las decenas de sentencias en contra y del clamor de los usuarios que se sienten obligados a aceptar una situación que es innecesaria, algo falla. En demasiados momentos no se entiende bien cierta pasividad de Administración y compañías, cuyo papel es clave en todos estos aspectos.

El relevo generacional es un reto importante. ¿Cómo lo afronta el Consejo General?

Por un lado, poniendo en marcha iniciativas que faciliten la toma de decisiones en el momento de la posible sucesión del negocio, un proceso delicado que exige ase-



Presencia en Bruselas a través de BIPAR

"Hoy es muy difícil representar los intereses de un grupo determinado de profesionales sin tener presencia, y una buena interlocución, en los centros donde se toman las decisiones políticas y administrativas. Las instituciones que tienen presencia en Bruselas pueden defender sus intereses de manera más efectiva, estando al tanto de las propuestas legislativas y participando en su debate. Esta premisa explica nuestra participación en BIPAR. Gracias a ella, por ejemplo, evitamos, junto al resto de países, que se aplicara la normativa DORA a los negocios de Mediación, que pretendía equipararlos a las compañías aseguradoras, cargándolos de trámites y procedimientos administrativos absurdos para una pyme, fórmula societaria de la mayoría de los Mediadores en nuestro país".

soramiento, formación y realismo. Por otro, extendiendo la FP dual al mayor número posible de comunidades autónomas, de tal forma que sea una opción laboral atractiva. En tercer lugar, acercándonos a la universidad para visibilizar nuestra profesión, sus oportunidades, estabilidad y capacidad de crecimiento.

Otra línea de trabajo fundamental es acercar a los jóvenes al Colegio. Si bien es cierto que su nivel de compromiso se ha reducido drásticamente entre las últimas generaciones, nuestra reciente experiencia con la iniciativa de mentorización de jóvenes Mediadores desarrollada junto a Zurich nos invita a la esperanza. Hemos doblado el número previsto de asistentes y muchos se han quedado fuera por falta de plazas. Está claro que atraer jóvenes no solo es cuestión de verbalizarlo, sino de tener propuestas concretas y adaptar el lenguaje a las maneras de transmitir conocimiento que mejor se adaptan a su realidad, que, sin duda, es diferente a la nuestra.





'Jóvenes Seguros'

Primera gran iniciativa para Mediadores –40

El programa 'Jóvenes Seguros', impulsado por el Consejo General con el apoyo de Zurich, es una iniciativa clave para fortalecer el relevo generacional en la Mediación. Mediante un mentoring integral que combina formación técnica especializada, desarrollo profesional y acompañamiento personalizado, esta propuesta prepara a jóvenes Mediadores para de participación fomentar la innovación y consolidar su liderazgo en el mercado asegurador.

En mayo, los Colegios de Mediadores han puesto en marcha el programa 'Jóvenes Seguros', una iniciativa estratégica dirigida a los colegiados menores de 40 años y que busca impulsar el relevo generacional en el ámbito de la Mediación. Este programa, diseñado con el apoyo de Zurich, combina formación técnica especializada, desarrollo profesional estructurado y oportunidades para crear redes de contacto dentro del sector asegurador.

Con el objetivo de atraer y preparar a una nueva generación de profesionales, el programa ofrece formación gratuita a través de sesiones presenciales y clases online, adaptadas a las necesidades del día a día del Mediador. Además de los contenidos técnicos, se fomenta el intercambio de experiencias entre participantes y se impulsa su implicación en proyectos de voluntariado vinculados al sector. El respaldo

de Zurich aporta solidez y proyección a una iniciativa que combina aprendizaje, compromiso y visión de futuro para la Mediación.

La primera edición ha reunido a 24 jóvenes de 10 comunidades autónomas, con perfiles diversos: algunos con tradición familiar en la Mediación, otros con experiencia en aseguradoras y también nuevos talentos sin trayectoria previa en el sector. Esta diversidad enriquece el aprendizaje, fomenta la colaboración y aporta distintas formas de entender y ejercer la Mediación.

“Esta iniciativa se ha diseñado para que los jóvenes no solo adquieran conocimientos, sino también visión y confianza en sus propias capacidades”, refuerza María Luz Tejeda, directora general del Consejo General. A lo que añade que trabajan para que “este grupo tenga un papel activo en el presente del sector, no sólo en el futuro. No buscamos formar solo profesionales técnicamente competentes, sino también referentes dentro de sus Colegios y en el ecosistema asegurador.”

El proceso de selección se ha gestionado a través de los respectivos Colegios, valorándose tanto el currículum vitae como una carta de motivación, siguiendo un procedimiento adaptado a cada comunidad autónoma para asegurar la representatividad y diversidad de los participantes. En función de la demanda, se estableció una segunda fase para completar las plazas disponibles.

El programa se estructura en cinco módulos temáticos que abordan de forma progresiva el entorno asegurador ac-

helvetia.es

Alcanzando. Metas.



Juntos.

simple. claro. helvetia 

Tu aseguradora suiza





tual. Este diseño ofrece una formación integral que combina teoría y práctica, con especial atención a las tendencias y tecnologías que están transformando el sector.

La formación está impartida por expertos reconocidos en el ámbito asegurador y tecnológico, tales como Sergi Ramo, Marc Moles, Román Mestre y Pablo Surdo, quienes aportan su experiencia en áreas como ventas, digitalización, inteligencia artificial y estrategia empresarial, enriqueciendo el programa con contenidos actualizados y aplicables al entorno profesional real.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

El contenido formativo se organiza en cinco bloques:

- **Entorno y emprendimiento:** transformación del sector, autoconocimiento y nuevos enfoques.
- **Inteligencia Artificial aplicada:** análisis de herramientas prácticas y automatización de procesos.
- **Implicación profesional:** participación activa en acciones que vinculan Mediación y sociedad.
- **Marca personal y comunicación:** construcción de identidad profesional y uso estratégico de redes.
- **Marketing digital y captación comercial:** redes sociales, posicionamiento y contacto con nuevos clientes.

TRES METAS

En 2029 la presencia de jóvenes en los Colegios deberá alcanzar:

- **20 % DE COLEGIADOS MENORES DE 40 AÑOS**
- **20 % DE REPRESENTACIÓN EN LAS JUNTAS DE LOS COLEGIOS**
- **20 % DE PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS SECTORIALES**



Plazas agotadas en la primera edición de 'Jóvenes Seguros'



El programa formativo que CECAS acaba de estrenar dirigido a jóvenes profesionales no ha podido iniciar su andadura con mejor pie; de entrada, ya ha superado las expectativas de inscritos. Los primeros 25 jóvenes Mediadores menores ya han iniciado este novedoso itinerario de 45 horas de formación que combina los conocimientos técnicos con un acompañamiento a cargo de mentores, así como apoyo en cuanto a visibilidad dentro del sector. Varios participantes nos cuentan sus motivaciones y sueños profesionales.

CUESTIONARIO

1. ¿Por qué te apuntaste a 'Jóvenes Seguros'?
2. ¿Qué objetivos profesionales tienes a corto y medio plazo?
3. ¿Qué apoyo necesitas para tu carrera en este momento?
4. ¿Qué esperas conseguir tras pasar por el programa 'Jóvenes Seguros'?



Sergio Miguel Asenjo Hernanz,

Director de Seguros Grupo Blendio (Colegio de Cantabria)

1. Recibir mentoría de profesionales con experiencia. También me interesa mucho conocer la forma de trabajar de otros compañeros porque creo que, gracias a la colaboración que tenemos entre nosotros, podemos llegar a grandes resultados que hagan crecer nuestras corredurías y a nosotros como profesionales.
2. – Ayudar a dar mayor visibilidad a nuestra profesión entre los jóvenes ya que considero que tiene mucho futuro y necesitamos talento joven.
– Vincular las nuevas tecnologías con la gestión administrativa y comercial de la correduría que dirijo, adaptándola a las nuevas generaciones.
3. Dar con un apoyo técnico especializado en nuestro sector y con garantías que nos ayude a hacer crecer nuestras corredurías. Otro de los grandes desafíos es la formación constante en un sector de grandes cambios legislativos.
4. Mantener el contacto con los grandes profesionales con los que estoy compartiendo el curso, ya que somos el futuro de la Mediación de Seguros y juntos podemos hacer crecer más nuestras corredurías. Asimismo, me encantaría desarrollar y poner en práctica la mayoría de ideas y conocimientos que estamos recibiendo pues considero que son herramientas muy potentes. Estoy especialmente interesado en la automatización y digitalización de procesos para conseguir minimizar al máximo aquellas tareas que menos valor pueden aportar al equipo humano permitiéndoles tener mayor tiempo para otras, especialmente en el trato directo con nuestros clientes.



Rodrigo Pérez Huertos,

Mediador Grupo A desde 2018

(Colegio de Segovia)

1. Adquirir conocimientos más allá de la formación técnica, recibir mentoría de profesionales con experiencia, ampliar mi red de contactos en el sector y emprender un proyecto innovador. Al margen de eso, me gustaría crecer junto a mis compañeros de profesión y crear nuevos vínculos.



Adela Garre de Senillosa, Responsable de correduría (Colegio de Barcelona)

1. Al inscribirme en el curso lo primero que quería era ampliar mi red de contactos ya que creo y ahora sé que somos muchos 'jóvenes' los que estamos en este mundo asegurador. Ya en la primera sesión me di cuenta de todo lo que las nuevas tecnologías pueden ayudarnos en el día a día. Era de las que creía que el mundo del Seguro era arcaico, que estaba anticuado y que la IA no podía hacer nada por él. Estaba completamente equivocada en todos los aspectos. También busco adquirir conocimientos más allá de la formación técnica y dar visibilidad a mi perfil profesional.
2.
 - Actualizar el despacho y ponerlo al día con las nuevas tecnologías.
 - Ampliar red de contactos dentro de sector asegurador.
 - Ampliar conocimientos para poder asesorar bien a mis clientes.
3. Asesoramiento estratégico, apoyo técnico, visibilidad profesional y seguimiento por parte de los formadores.
4. Además de tener amigos nuevos (ya no son solo conocidos del sector), espero tener más claro el rumbo que quiero darle al despacho y aprovechar la oportunidad e implementar tanto los conocimientos técnicos como los tecnológicos -por ejemplo, aprender a involucrar la



2.
 - Automatizar la gestión de datos en mi oficina.
 - Ampliación de conocimientos y su implementación.
 - Generar nuevas oportunidades gracias a nuevas metodologías.
3. Además del asesoramiento estratégico y el apoyo técnico sobre productos, normativas o herramientas, la sinergia con mis compañeros al compartir nuestras best practices.

4. Lo primero y gracias a la formación, crecer profesionalmente generando nuevos vínculos con compañeros del sector. También, obviamente, implementar un sistema más optimizado para poder trabajar en el día a día, debido a que considero que la formación continua va de la mano de estar a la vanguardia del sector y así poder dar un mejor servicio a nuestros clientes.



María Blanco Carvajal,

Directora de correduría (Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla)

1. Me motivó especialmente la posibilidad de aprender de profesionales con trayectoria, compartir experiencias con otros jóvenes Mediadores y visibilizar nuestra labor. Creo firmemente en la innovación como motor de cambio y este programa me permite impulsar proyectos diferenciales que aporten valor al cliente y al sector desde una mirada joven y comprometida.
2. Implantar soluciones de Inteligencia Artificial en mi correduría para optimizar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente.
 - Impulsar la digitalización del negocio sin perder la cercanía y el trato personalizado que nos caracteriza.
 - Atraer a jóvenes talentos al sector, despertar su interés por la Mediación y fomentar su participación en los Colegios de Mediadores.
3. Valoro especialmente el acompañamiento que me ayude a consolidar el liderazgo, potenciar la transformación digital en mi correduría y dar visibilidad a iniciativas innovadoras que inspiren a otros Mediadores, especialmente los más jóvenes.
4. Consolidar una red de contactos sólida y activa, adquirir herramientas innovadoras como es la IA para seguir impulsando la transformación digital y desarrollar habilidades de liderazgo para inspirar a nuevas generaciones a descubrir el sector como una profesión moderna, dinámica y con propósito.

Además, como docente de Economía y Administración de Empresas, siempre he intentado acercar el mundo del seguro y el cálculo actuarial a los jóvenes, transmitiéndoles que el seguro es un elemento esencial que los acompañará durante toda su vida. Por eso, también me gustaría que este proyecto me ayudase a seguir promoviendo la cultura aseguradora entre los más jóvenes y despertar vocaciones en nuestro sector.



Protege a tus clientes en el ámbito del comercio global

Domina los seguros que abren puertas a las empresas que comercian a nivel internacional.

2º Edición

Programa

- ✓ Introducción a la gestión internacional de seguros. Mercados y tendencias globales.
- ✓ Productos de seguros con mayor peso internacional y cobertura de riesgos en comercio.
- ✓ Gestión de siniestros.
- ✓ El bróker.
- ✓ Caso práctico.

 **25** horas



Fecha de inicio:
Octubre, 2025



www.cibercecas.com





Malestar entre la Mediación con el formato

La nueva DEC desata la caja de los truenos

La nueva DEC ha empezado con polémica. El Mediador de seguros inscrito en la Dirección General de Seguros ha podido experimentar todo tipo de sensaciones a la hora de cumplimentar la información estadístico contable (DEC) del ejercicio 2024. No solo por el tiempo y recursos necesarios para rellenar el modelo, sino también por la ingente y aparentemente irrelevante cantidad de datos requeridos.

Malas lenguas atribuyen este generoso damero de información al “enfado monumental” con el que se desayunaron en la DGSFP cuando, en enero de 2024, enviaron a todos los Mediadores la famosa “Encuesta de género Mediadores de seguros”, en la que solicitaban, entre otras cosas, datos de la actividad del Mediador y la composición, por géneros, de su plantilla. Al parecer recibieron muy pocas respuestas, dado que no se indicaba el carácter obligatorio de su cumplimentación, y eso enojó a los responsables del organismo público. La DEC 2024, se dice, podría haber sido su particular vendetta....

Una vendetta que cuesta dinero, tiempo y recursos a los Mediadores y que éstos no conciben como algo que vaya a aportar algo a su negocio. Cuestiones como el sexo o edad del colaborador externo, si el tomador es persona física o jurídica o si la contratación se ha realizado en persona o por medios a distancia han levantado ampollas en gran parte de la Mediación.

Y no solo por la solicitud y necesidad de recopilar estos datos, sino por haberlo hecho sin anuncio previo con, al menos, un ejercicio de diferencia, para que hubiera dado tiempo a recopilarlos a medida que se emiten las pólizas, y no encontrarse, de repente, con una información que es prácticamente imposible recabar de la cartera ya emitida (ya que no era necesario registrarla), o requiere de una ingente tarea a la que destinar recursos humanos y económicos.



Datos intrascendentes para el negocio

Respecto al sexo o edad del colaborador poco hay que decir. No se sabe la trascendencia de este dato para el negocio del Mediador y ni tan siquiera la utilidad para el órgano supervisor, máxime cuando muchos de los colaboradores tienen la forma jurídica de empresa, lo que resta aún más de sentido a la recopilación de este dato.

En cuanto al tipo de persona del tomador, los Mediadores se preguntan si, de verdad, es tan trascendental esta información. Puede ocurrir que una empresa (normalmente pequeña) ponga los seguros a nombre del propietario de la misma, persona física, cuando el riesgo realmente sea empresarial. Y a la inversa, un particular puede contratar un seguro a nombre de su empresa por motivos fiscales. Por lo tanto, la información aportada no es cien por cien fidedigna y no resulta útil para ninguna estadística.

Ocurre lo mismo con la segmentación por Comunidades Autónomas. Se ha de identificar la autonomía donde se “intermedia el negocio”. Es decir, en el caso de un cliente que tenga riesgos asegurados en distintas zonas de España no



LOS MEDIADORES AUTONÓMICOS, PLANTAN A LA NUEVA DEC

Al menos por este año, la mayoría de los aproximadamente dos mil Mediadores de seguros inscritos en distintas Comunidades Autónomas con competencias en materia de Mediación han logrado librarse del escabroso nuevo modelo de DEC impuesto por la DGSFP. Por ejemplo, todos los dados de alta en las Comunidades de Andalucía, Cataluña, Galicia, País Vasco o Valencia. Se alega que la orden ministerial ECM/1501/2024 “por la que se aprueban los modelos estadístico-contables de los Mediadores de seguros, Mediadores de reaseguros, agentes de seguros vinculados y operadores de banca-seguros” no tiene carácter básico y, por tanto, no es de aplicación obligatoria en su territorio.

queda claro si todo ese negocio se atribuye a la Comunidad Autónoma de la firma, o del riesgo principal...

Y la guinda se la lleva la segmentación por venta presencial o a distancia. Realmente los redactores de las instrucciones para cumplimentar la DEC no han debido pasar una sola jornada junto a un Mediador para conocer su día a día. Para complicar más las cosas, redactan unas instrucciones en las que se define como venta presencial: “aquella que se realice en alguna de las oficinas del Mediador o en cualquier otro lugar siempre que se realice con la presencia física del Mediador y el cliente. (Lo que determina esa presencialidad es el momento inicial de la venta, con independencia de que la formalización posterior pueda realizarse por otros medios como el correo electrónico)”.

Mientras que venta distancia es “aquella en la que se utilice exclusivamente una técnica de comunicación a distancia, sin presencia en ningún momento física y simultánea del proveedor y el consumidor, consistente en la utilización de medios telemáticos, electrónicos, telefónicos, fax u otros similares”.

Queda claro, ¿verdad? Pero si al cliente se le ocurre pisar la oficina solo para informarse y después se cierra la póliza a distancia, ya se le tiene que catalogar de venta presencial. ¿O no? ¿Y quién tiene tiempo para introducir este dato de venta presencial o a distancia o recuerda de qué manera se formalizó una póliza? ¿Es tan importante como para restar tiempo y recursos al Mediador para dedicarse a lo importante, que es el asesoramiento al cliente?

El fraccionamiento del Mediador

Hay otras curiosidades que llaman también poderosamente la atención. Por ejemplo, el Mediador perso-

na física, o aquel único responsable de la empresa de Mediación que se dedique a varias funciones dentro de la empresa debe desgranar, en números decimales, a cuál de ellas se dedica. Ha de indicar si dedica un cuarto de su tiempo al órgano de administración, medio a la Dirección o tres cuartos a la distribución, ya que el programa obliga a incluir, al menos en dos de ellas a una persona (fragmentada, en este caso).

Y a todo ello se suma que, cuando se da a conocer la composición de la nueva DEC, los responsables tecnológicos cuentan con escaso margen de tiempo para adaptar los programas de gestión al nuevo formato. Y aunque es cierto que la mayoría logró salvar los muebles, la información no se puede catalogar de cien por cien precisa. Y, aunque así fuera, raro es el Mediador o empresa de Mediación que tiene los datos totalmente actualizados y reflejan la realidad de su cartera. La descarga de ficheros a veces no es exacta, y con el tiempo no hay igualdad entre la cartera real y la registrada en la aplicación.

Para complicar aún más este desajustado, la mayoría de las compañías aseguradoras tampoco han ayudado mucho. Son pocas las que han adaptado el modelo que facilitan a los Mediadores a los nuevos requisitos de información del organismo de control. Quizá falta de tiempo, quizá desidia.... El hecho es que la mayor parte de las aseguradoras no han sido capaces de ajustar la información que remiten a los Mediadores al nuevo formato de 2024, manteniendo el modelo de años anteriores (las que más, ya que otras ni siquiera vienen facilitando ejercicios atrás la información tal y como la requería la DGS en los años previos).



Nueva póliza de onLygal

Defensa jurídica para la Mediación

Los Mediadores colegiados tienen a su disposición un nuevo seguro de Defensa Jurídica que incluye coberturas orientadas a la protección de su negocio, la relación con clientes y los acuerdos con aseguradoras. La póliza permite libre elección de abogado, se contrata de forma directa y entra en vigor en 24 horas..

El Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros ha alcanzado un acuerdo con onLygal para ofrecer un producto específico de Defensa Jurídica dirigido a Mediadores colegiados.

Se trata de una póliza adaptada a las particularidades de la actividad profesional de la Mediación, con coberturas enfocadas tanto a la protección del propio negocio como a la relación con los clientes.

El seguro incluye garantías básicas, como el asesoramiento jurídico a distancia, la asistencia en gestión de documentos legales y la cobertura para conflictos relacionados con acuerdos de colaboración con entidades aseguradoras. También contempla la defensa penal de personas físicas, la responsabilidad civil subsidiaria, la defensa laboral del empresario y la reclamación por incumplimiento de contratos de seguro.

Entre las coberturas destaca la posibilidad de reclamar por incumplimiento de contratos de seguros en favor de los clientes de la correduría. Esta garantía puede contratarse con una ampliación hasta diez siniestros por anualidad.

La póliza permite la libre elección de abogado y procurador con reembolso de honorarios, y entra en vigor a las 24 horas de la recepción del formulario de solicitud. Tiene una duración anual y se renueva automáticamente, salvo notificación expresa, de acuerdo con lo previsto en la Ley de Contrato de Seguro.



La contratación está reservada a Mediadores colegiados y puede tramitarse de forma directa mediante el envío de los datos requeridos a la compañía. Esta iniciativa refuerza la colaboración entre el Consejo General y entidades especializadas en servicios jurídicos para mejorar la protección legal de los profesionales del sector.



ESPECIAL SALUD

36

Reportaje:

Salud, ¿preparados para una sociedad de centenarios?

42

Encuentro con...

Jaime Ortiz, director comercial y marketing de Asisa

44

Reportaje:

Más allá de las coberturas tradicionales

49

Tribuna:

Un sistema que necesita colaboración y soluciones

50

Convenios y acuerdos:

Condiciones exclusivas para Mediadores colegiados



Salud, ¿preparados para una **sociedad de centenarios?**

Ante una sociedad cada vez más longeva, la denominada 'esperanza de vida sana' es otro cantar que avanza más despacio, a pesar de los constantes logros científicos. Un desafío para la sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud y los seguros privados, en clara expansión. Las compañías tratan de adaptarse a este escenario con segmentación y personalización de producto, así como un enfoque preventivo y de promoción del envejecimiento activo.

Los avances en salud pública, sobre todo, son los que explican pronósticos como el de que en España la esperanza de vida al nacer será de 87,5 años para las mujeres y de 83,3 años para los hombres en 2050. Otra cosa es la 'esperanza de vida sana', que será 'solo' de 71,4 años en 2050 para las mujeres y de 70,2 para los hombres. En todo caso, España se mantendrá en los primeros puestos en longevidad respecto al resto del mundo, donde la media se situará en 78,1 años a mitad de este siglo. Así lo refleja el último Estudio sobre la Carga Mundial de Morbilidad (GBD, por sus siglas en inglés), publicado en 2024.

Buenas noticias, no cabe duda, pero si se introduce en la ecuación el fenómeno paralelo del envejecimiento progresivo de la población, el resultado es un aumento del gasto sanitario y una presión añadida sobre la estrategia del sector público y privado en el ámbito de la salud. Vivir más años no significa necesariamente ser inmune a la enfermedad, al menos no por el momento. Así que, ¿es posible garantizar la sostenibilidad del sistema ante este escenario?

El desafío es considerable también para el Seguro, ya que las pólizas de salud son unas de las que más han crecido en los últimos años. Según el informe 'Reflexión sobre el futuro del negocio asegurador de salud', de Deloitte, el porcentaje de personas con esta tipología de seguro ha aumentado en España un 23% desde 2017. En un país con asistencia sanitaria universal y gratuita, la población con seguros privados ha pasado del 21% en 2006 al 29% en 2023. En cuanto a los porqués, además del aumento de 1,5 veces en el tiempo de espera para consultas o intervenciones quirúrgicas entre 2017 y 2023, el informe destaca que el número de personas con ne-

“Debemos avanzar hacia otro modelo que reparta mejor los costes a lo largo de la vida del asegurado”

cesidades médicas insatisfechas se habría multiplicado por nueve entre 2019 y 2023.

Foco en la prevención

Sin embargo, la mayor parte del gasto sanitario se concentra en las personas de mediana edad y sobre todo en los mayores de 65 años. “Es evidente la importancia que este colectivo tiene para el sector asegurador, su tendencia creciente a medio y largo plazo y la necesidad de desarrollar productos y servicios aseguradores para atender sus demandas”, reconoce Jaime Ortiz, director Comercial y Marketing de Asisa.

Las principales compañías del ramo coinciden en su intento de fomentar el autocuidado y los programas de envejecimiento activo para reducir los principales riesgos de enfermedad asociados a la edad. “Nosotros trabajamos con un propósito claro, que es ayudar a que las personas vivan más tiempo y con mejor calidad de vida”, afirma Pablo Moreno, director comercial de Sanitas Seguros. “Vemos el envejecimiento de la población no solo como un reto de salud, sino también como una buena señal de que estamos cumpliendo nuestros propósitos”, añade. En esta línea, la aseguradora defiende la “personalización del cuidado”. Este enfoque “in-

cluye desde la atención médica especializada hasta la incorporación de avances como la genómica”. En cuanto a productos específicos para personas mayores, cuentan con ‘Sanitas Único’, destinado a mayores de 60 años sin necesidad de cuestionario de salud ni periodos de carencia. Además de las pruebas diagnósticas “simples”, incluye “algunas complejas, como resonancias o TAC, además de videoconsultas de urgencias y especialidades, y el acompañamiento de un asesor de salud”. El otro producto para este segmento de población es ‘Blua Senior’, pensado para mayores que viven en su hogar, a los que ofrece videoconsulta médica y entrega de medicamentos a domicilio, entre otros servicios.

Asisa trabaja de igual manera “en el desarrollo de programas de prevención y cuidado que ayuden a las personas a vivir más tiempo y envejecer de manera más saludable. Somos muy conscientes de que más del 90% de la mortalidad en nuestro país la provocan enfermedades que podrían reducir drásticamente su impacto con acciones preventivas más eficientes. Por eso, trabajamos en concienciar a la población para que cuide su salud, tanto física como mental, antes de que aparezca la enfermedad”, subraya Jaime Ortiz. En particular, menciona haber “reforzado las coberturas de medicina preventiva en nuestras pólizas



para garantizar el acceso a programas y pruebas de detección temprana en enfermedades de gran prevalencia en diferentes especialidades (cardiología, urología, ginecología o pediatría, entre otras)". Asimismo, ha diseñado medidas de apoyo específicas ligadas a momentos vitales concretos a través del 'Pro-

ANTISELECCIÓN, ¿UN MAL NECESARIO?

Entre los 80 y los 84 años, un hombre genera, de media, un gasto sanitario de 3.387€, frente a los 2.723€ de una mujer, según el Observatorio Social de 'la Caixa'; entre los 15 y 39 años, esas cifras rondan los 500 euros. Así, no extraña que las aseguradoras se lo piensen al decidir a quién asegurar y a quién no. "Nuestro principal reto es desarrollar procesos de evaluación ágiles, con menor burocracia y que permitan personalizar las condiciones de contratación", defiende Calderón (Mapfre). Su entidad tiene un límite de contratación de 75 años en el caso de 'Tú eliges' y de 65 para el resto.

"En un momento como el actual, la antiselección representa un reto técnico importante para garantizar la sostenibilidad de la cartera y el equilibrio entre accesibilidad y viabilidad económica", reflexiona Ortiz (Asisa). Para afrontar el desafío, una de las herramientas es "la limitación en la edad de contratación" -fijada, en su compañía, en los 69 años y en 70 para las coberturas opcionales de accidentes e indemnización por hospitalización-, así como "la mejora de nuestro modelo de suscripción". Con todo, Ortiz defiende que es posible "ofrecer soluciones aseguradoras viables incluso en edades avanzadas y, a la vez, ser eficientes en la gestión del riesgo".

El enfoque de Sanitas pasa, además de por recurrir a "procesos de suscripción médica responsables", por promover "la incorporación temprana y fomentar la prevención". Se recuerda que 'Sanitas Único' no requiere cuestionario de salud y permite el acceso incluso con preexistencias y que la entidad tiene productos "diseñados sin límite de edad para que cualquier persona pueda acceder a un seguro de salud".

"Quizá uno de los mayores obstáculos para la contratación de pólizas son las enfermedades crónicas", apunta Ansino desde SegurCaixa Adeslas. La forma de conciliar este fenómeno con el acceso a sus productos es un modelo de selección de riesgos con un "cuestionario de salud adaptado". Aunque en las pólizas de renovación anual para particulares solo se permite la contratación hasta 70 años, para quienes superen esa edad, hay otras opciones que permiten la contratación hasta los 84 años.



grama Integral Menopausia' y un 'Programa Familias Primerizas'.

"Nuestra estrategia es retrasar la aparición de patologías relacionadas con el envejecimiento y, cuando estas se presentan, acompañar al asegurado en sus necesidades de salud y ayudarlo a manejar su situación para evitar episodios agudos", explica Luis Ansino, director de Marketing Operativo Salud de SegurCaixa Adeslas. Una de sus iniciativas en esta línea son los Premios Salud Activa "que este año celebraron su cuarta edición visibilizando ejemplos inspiradores de personas que se involucran activamente en el cuidado de su bienestar físico y emocional".

Otra de las entidades con productos y coberturas orientados a las personas de edad avanzada es Mapfre, que cuenta con opciones como

"El principal reto es desarrollar procesos de evaluación ágiles, con menor burocracia y que permitan personalizar de manera correcta las condiciones de contratación"

Seguro de baja laboral

Salud económica

**Cada autónomo tiene su propia realidad.
Por eso, ofrecemos un seguro integral que cubre todo tipo de realidades.
¿Cuál es la tuya?**

Sé realmente autónomo

☎ 900 103 057
✉ pm.info@previsionmallorquina.com
🌐 www.previsionmallorquina.com
📍 Aribau, 168-170, entresuelo, 08036 Barcelona

pm
previsión
mallorquina
seguros



¿AL ALCANCE DE TODOS LOS MAYORES?

A pesar de los esfuerzos por digitalizar la asistencia sanitaria y la gestión de los servicios de salud, la mayor 'siniestralidad' general de los sénior hace que la prima puede ser una barrera de entrada para las personas mayores cuando más necesitan atención, y cuando sus ingresos se reducen, al llegar a la jubilación, como reconoce Ortiz (Asisa): "Debemos avanzar hacia otro modelo que reparta mejor los costes a lo largo de la vida del asegurado".

Moreno (Sanitas Seguros) coincide en un cliente que exige 'calidad' además de precio: "Busca coberturas claras, acceso rápido a especialistas, continuidad en el cuidado y una atención médica confiable". La estrategia de su entidad es ofrecer productos como el 'Plena Total Seniors' que mantiene el coste de la prima durante tres años y "además, la figura del asesor personal de salud les fija la mejor ruta médica y permite acceder a las especialidades con un copago reducido". Otra estrategia es establecer copagos, ya que "la diferencia de prima entre un seguro básico y otro de cobertura completa puede ser considerable", confirma.

¿Qué coberturas se valoran más? Ansino menciona el médico de familia y el dentista, mientras que Moreno añade "el acceso ágil a especialistas, la hospitalización sin copago, los servicios de atención en el hogar, la rehabilitación, los planes de salud personalizados y la telemedicina". Tanto Asisa como Mapfre afirman que los sénior apuestan por seguros de salud de cobertura completa y sin copagos.

su 'Seguro de Accidentes Senior +55 años', que cubre 52 tipos de lesiones, incluidas fracturas, traumatismos y pérdidas sensoriales e incorpora un paquete de 200 horas de ayuda a domicilio; su 'Seguro de Dependencia', que ofrece una renta mensual y vitalicia en caso de dependencia sin necesidad de

una declaración oficial; y el seguro de salud 'Tú e-liges', "que puede contratarse hasta los 75 años, ampliando así el límite de edad anterior", destaca Francisco Calderón Ayala, director de Negocio de Salud de Mapfre España. Esta póliza incluye programas de detección precoz de enfermedades "frecuentes

en personas mayores, como afecciones coronarias, ictus o cáncer de colon y próstata. Además, ofrece acceso a atención médica presencial, videollamadas y chat médico".

Calderón menciona igualmente las soluciones que la compañía ha desarrollado "contra la soledad no deseada,



“Quizá uno de los mayores obstáculos para la contratación de pólizas son las enfermedades crónicas”

que consisten en servicios de acompañamiento y cuidado para personas mayores que pasan mucho tiempo solas, especialmente en momentos de mayor necesidad”.

Telemedicina, ¿una solución?

Las compañías consultadas reconocen la importancia creciente de esta herramienta en la atención a los asegurados de salud. El director comercial de Sanitas la define como “un componente esencial” de la estrategia de la entidad, con una valoración de los asegurados “muy positiva, destacando la inmediatez, la comodidad y la continuidad en la atención”, aunque, “concebimos la telemedicina como un complemento a la atención presencial, no como un sustituto”, matiza. “Sabemos que hay consultas que requieren contacto físico, pero otras, como la revisión de resultados o el seguimiento de tratamientos, pueden resolverse de manera eficaz a través de videoconsulta”.

“Asisa defiende que la atención presencial sigue siendo la base fundamental de la relación entre médico y paciente y no puede ser sustituida por la telemedicina, que entendemos como un complemento muy útil y valorado tanto por los pacientes como por los propios médicos”, argumenta Ortiz. Esta entidad ofrece este servicio en una veintena de especialidades, además de un Chat Médico, contacto con especialistas vía ‘app’, un Servicio de apoyo psicoemocional y hasta un Servicio de telerrehabilitación dotado de inteligencia artificial (IA). Su Chat Médico es de lo mejor valorado, ya que el “87% de sus usuarios asegura que está muy o bastante satisfecho con la atención recibida y casi 8 de cada 10 indican que la información ofrecida les ha ahorrado una visita presencial a un centro médico”. Asimismo, la telemedicina se está aplicando a programas de seguimiento de pacientes críticos y hospitalización domiciliaria.

El director de Negocio de Salud de Mapfre España comparte su visión

de la telemedicina y la teleasistencia “como herramientas complementarias que permiten ampliar el acceso a la atención sanitaria, mejorar la eficiencia del sistema y ofrecer una experiencia más cómoda y ágil. Actualmente, su papel es clave, especialmente en la atención primaria y en el seguimiento de patologías crónicas o consultas de orientación médica”. “Sin embargo, queremos ser claros: en ningún caso la atención presencial va a desaparecer. Consideramos que lo presencial sigue siendo imprescindible en numerosos casos, como exploraciones físicas, pruebas diagnósticas o intervenciones. La telemedicina no sustituye, sino que complementa la atención tradicional, aportando valor donde tiene sentido clínico hacerlo”, zanja.

“La recepción de estas funcionalidades es muy buena -repite el director de Marketing Operativo Salud de SegurCaixa Adeslas-, según vemos en las encuestas de satisfacción de servicios como el de teledermatología, en el que los usuarios destacan la facilidad de acceso al evitar desplazamientos innecesarios”. Y de nuevo, esta entidad defiende la idoneidad de un modelo híbrido, en el que “sea el asegurado el que use una u otra en función de sus preferencias y su conveniencia”.



Jaime Ortiz,
Director
Comercial
y Marketing
de Asisa

El seguro de Salud vive una profunda transformación impulsada por cambios demográficos, nuevas expectativas del cliente y el auge de tecnologías digitales. Asisa está respondiendo a este contexto con una estrategia basada en personalización, digitalización y valor añadido, además de apostar por productos flexibles para jóvenes, sénior, empresas y extranjeros. El canal de corredores, clave en su expansión, representa ya el 30% de su actividad comercial y se refuerza con herramientas digitales, formación y acompañamiento. “Nuestro objetivo es que los colaboradores tengan la capacidad necesaria para materializar cualquier oportunidad de venta”, anticipa Jaime Ortiz, director Comercial y Marketing de Asisa.

¿Qué tendencias están marcando el desarrollo de los seguros de Salud?

El ramo está en una profunda transformación por diferentes tendencias. La primera es el cambio demográfico: una población más longeva nos obliga a evolucionar hacia un modelo de gestión integral de la salud, más pre-

ventivo. En segundo lugar, el cliente actual exige inmediatez, accesibilidad y experiencia de usuario sin fricciones. Otra tendencia clave es la integración de tecnologías avanzadas, a lo que se le suma una mayor conciencia sobre la salud mental. Todo esto tiene un efecto inflacionario. Mientras, los clientes son cada vez más sensibles

al precio, lo que nos obliga a diseñar productos más flexibles.

¿Cómo está evolucionando la demanda de este tipo de seguros?

Los clientes de Salud son cada vez más transversales. El producto es percibido como una inversión directa en

“Queremos trabajar más y mejor con los corredores”

salud y calidad de vida. Destacaría algunos perfiles de clientes actuales. Jóvenes que se incorporan al seguro y que demandan inmediatez, atención digital y acceso a programas de bienestar y coberturas preventivas. Por otro lado, mayores de 55 años, que buscan coberturas personalizadas y acceso rápido a especialistas. Y, en tercer lugar, las empresas, que son cada vez más conscientes de los beneficios que les aporta el seguro de Salud y la alta valoración que hacen sus empleados de este beneficio.

¿Qué innovaciones está implementando Asisa en el ámbito comercial?

Nuestra estrategia se basa en tres pilares: personalización, digitalización y valor añadido. Estamos ampliando la cartera para construir productos más flexibles. Igualmente, estamos transformando la forma en la que prestamos la asistencia, con herramientas como la telemedicina, la receta electrónica, la automatización de autorizaciones o sistemas basados en el uso de la IA para mejorar la relación con el cliente. En tercer lugar, apostamos por mejorar el valor a los asegurados. Lo hacemos por una doble vía: por un lado, desarrollando productos específicos y de alto valor para segmentos concretos de asegurados (personas extranjeras que trabajan o estudian en España; autónomos y pequeñas empresas; o sénior, por ejemplo). Por otro lado, apostamos por el desarrollo de programas preventivos.

¿Cuál es el posicionamiento diferencial de la compañía?

Somos una aseguradora especializada en las personas, en cuidar la salud y el bienestar de familias y empresas para que puedan vivir de manera más saludable, más tiempo y tomando decisiones informadas para priorizar su calidad de vida. Entendemos que la salud, más allá de reducirse al bienestar físico y emocional, es lo más importante que tiene cada persona.

¿Qué peso tiene el canal de corredores en vuestra cartera?

Asisa orienta gran parte de su actividad comercial hacia los corredores, con los que queremos trabajar más y mejor, darles el mejor servicio, ser una compañía en la que pueden confiar, con la que establecer relaciones a largo plazo y que les proporciona un alto valor, tanto a ellos como a sus clientes. Esta apuesta por la Mediación nos ha permitido ampliar la cartera de clientes, especialmente en el segmento de pymes, y mejorar nuestra rentabilidad. Por lo tanto, seguiremos trabajando con los corredores, que ya representan casi el 30% de nuestra actividad comercial, para generar nuevas oportunidades comerciales.

¿Qué iniciativas estáis desarrollando ya para reforzar esta colaboración?

El crecimiento sostenido en los últimos años no puede explicarse sin la

alianza con la Mediación, que es estratégica para la compañía y seguimos incrementado el número de corredores, y también de agentes, con los que trabajamos. Es muy importante ofrecer el mejor servicio de atención a los corredores y acompañarles para ayudarles en las gestiones con sus clientes. Además, estamos desarrollando nuevas herramientas para facilitar el trabajo comercial de los Mediadores, simplificar la relación con la compañía y favorecer los procesos de venta online. A la vez, estamos haciendo un gran esfuerzo de formación.

¿Cuáles serán los principales desafíos y oportunidades en Salud?

A corto y medio plazo, es previsible que el ramo siga creciendo. A más largo plazo, ese crecimiento pasa por varios ejes estratégicos: la adopción de nuevas tecnologías; la personalización de productos; el impulso de la colaboración con la sanidad pública; y la innovación en productos y servicios, con una clara apuesta por la prevención.

Los desafíos más relevantes se encuentran en la evolución demográfica y el envejecimiento de la población, el incremento de costes y la reducida rentabilidad del ramo, y la necesidad de incorporar a nuevas generaciones de clientes nativos digitales.

“Nuestro crecimiento sostenido no puede explicarse sin la Mediación”



Más allá de las coberturas tradicionales

Servicios de telemedicina, seguros para el colectivo sénior, programas de prevención, atención a la salud mental... El seguro de salud ha evolucionado mucho en los últimos años, desarrollando nuevos productos y coberturas que responden a las necesidades del nuevo cliente.

El ramo de Salud es uno de los más robustos del mercado, con un volumen de primas próximo a los 12.000 millones de euros y un crecimiento por encima del 6,5% en los últimos tres años. Varias razones exógenas explican este 'época dorada', como la reacción tras la crisis de la COVID-19, el deterioro del sistema de sanidad pública, etc. Pero también hay razones endógenas, como el desarrollo de nuevos servicios y coberturas.

Los avances médicos tienen dos consecuencias directas: la cronicación de enfermedades sin cura y el aumento de la esperanza de vida. Las entidades están dando respuesta a este desafío. Por ejemplo, Ana Jiménez, di-

rectora de Salud de Axa España, resalta que sus pólizas ofrecen cobertura vitalicia. Además, se trabaja para adaptar los productos y coberturas a las necesidades de dichos colectivos, a través de atención personalizada y mejoras en la accesibilidad.

Jaime Ortiz, director comercial y marketing de Asisa, explica que su entidad dará respuesta a las necesidades de los mayores de 55 años a través de un producto "con coberturas específicas que agilicen el acceso a la sanidad privadas; faciliten la monitorización a distancia y el acompañamiento domiciliario; y ofrezcan servicios de valor añadido y acceso a programas de envejecimiento activo".

'Adeslas Senior' es la propuesta de esta aseguradora para mayores de 55 años. "Dispone de un cuestionario de salud adaptado a su situación, con preguntas enfocadas a identificar las patologías más prevalentes y adecuarse a cada tipo de riesgo. Una vez contratado, pone a disposición del cliente un asesor de salud, un médico que realiza un plan de acción individualizado tras la primera visita y enrola al cliente en programas preventivos y planes de seguimiento en caso de enfermedades crónicas", explica Julián García, director de Canales Aseguradores. Los asegurados pueden acceder sin copagos a las especialidades más demandadas y con precios reducidos al resto.

Miguel Azpeitia, director de Salud de Caser, destaca su producto 'Salud +60', orientado a personas con 60 años o más, sin cuestionario de salud. Subraya que no tiene restricciones ante una enfermedad preexistente e incluye asistencia ambulatoria y digital, así como una serie de coberturas específicas.

Fiatc lanzó 'Medifiatc Advance' el año pasado, destinado a personas mayores de 60 años, que cuenta con un médico de familia asignado para guiar el itinerario asistencial del asegurado, derivar a especialistas, etc. También dispone de 'Medifiatc D', dirigido a personas con diabetes mellitus.

Mapfre dispone del seguro 'Tú eliges', que puede contratarse hasta los 75 años. Cubre asistencia sanitaria extrahospitalaria con copagos reducidos e incluye programas de detección precoz de enfermedades frecuentes en personas mayores. Su oferta se completa con 'Seguro de Accidentes Senior +55 años', que ofrece cobertura para 52 tipos de lesiones sólo con presentar un informe médico; un 'Seguro de Dependencia'; y servicios de acompañamiento y cuidado para personas mayores.

Auge de la telemedicina

Los servicios de telemedicina se han generalizado tras la pandemia. García señala que 'Adeslas Salud y Bienestar' tiene más de 1,6 millones de usuarios registrados. Esta plataforma ofrece planes de salud adaptados a cada cliente, orientación médica 24 horas y asesoramiento en salud infantil y bienestar psicoemocional, a través de teléfono, videollamada, chat o email. Una de sus novedades es un servicio de tele dermatología.

'Centro Médico Caser' es la propuesta de telemedicina de esta com-

pañía, que da acceso a 25 especialidades de manera remota. "Además, disponemos de herramientas digitales que, gracias a la IA, permiten hacer un autochequeo rápido de salud, como 'Selfie Health'; o un teletriage ante una determinada sintomatología, para derivar al asegurado al nivel asistencial o especialista más adecuado", precisa Azpeitia. Asimismo, cuenta con la plataforma 'Mi Bienestar Emociona', para el cuidado de la mente y las emociones; así como su 'Gym Virtual', con clases en directo 3 días a la semana.

Mapfre también tiene un evaluador de síntomas en su app. "El asistente con IA adapta la evaluación, preguntas y resultados a las necesidades específicas de cada usuario", aclara Calderón. Además, está adaptado a las personas con discapacidades sensoriales, físicas e intelectuales.

Axa cuenta con 'Oskar', "un asistente virtual diseñado para evaluar síntomas, ofrecer recomendaciones de salud y determinar el nivel de urgencia", explica Jiménez. Y en caso de atención médica, orienta al cliente al especialista adecuado. Además, dispone de servicios telemedicina como orientación médica telefónica 24 horas, acceso a chat médico de medicina general, videoconsulta o el servicio 'Te llamamos', dando acceso a la atención de profesionales en 14 especialidades y la posibilidad de recibir recetas y prescripciones telemáticamente.

'Asisa Live' ofrece videoconsulta en una veintena de especialidades, chat médico, una app móvil que permite contactar con especialistas, servicio de apoyo psicoemocional o servicio de telerrehabilitación. Su chat médico incluye un servicio de conciliación familiar.

Alberto Merino, director del área de Salud de Fiatc, especifica que su





OPORTUNIDADES PARA LA MEDIACIÓN

El desarrollo de nuevos productos, coberturas y servicios en el ramo de salud brinda muchas más posibilidades a los mediadores, que pueden encontrar en el mercado múltiples soluciones que dan respuesta a las necesidades específicas de sus clientes. “Este tipo de innovación no sólo amplía el abanico de soluciones que los mediadores pueden ofrecer, sino que también refuerza su papel como asesores clave en la personalización de seguros según las necesidades reales de cada cliente”, afirma Francisco Calderón (Mapfre España).

A la vez, el seguro de salud es una excelente puerta de entrada de clientes, por lo que puede ayudar a impulsar la cartera en otros ramos. “El seguro de salud se distingue por la vinculación que genera entre el cliente, la aseguradora y el mediador, mucho más estrecha que en otros ramos por la frecuencia de uso y las connotaciones humano-sociales que conlleva. El cliente de salud deposita su confianza de temas tan personales como la salud, composición familiar, hábitos, etc., lo que es óptimo para fidelizar a un cliente y avanzar en el asesoramiento de otros seguros, como los de vida ahorro e inversión, vida riesgo o decesos”, indica Alberto Merino (Fiatc).

Para Ana Jiménez (Axa) “el seguro de salud no sólo protege a los clientes, sino que también crea una base sólida para construir la relación con mediador, permitiendo identificar las necesidades financieras del cliente”. Por ejemplo, Calderón señala que la cercanía con el asegurado “permite detectar momentos clave, como la planificación de la jubilación, la protección del patrimonio familiar o la gestión del ahorro a largo plazo, en los que el cliente puede estar más receptivo a escuchar recomendaciones financieras”.



compañía está invirtiendo para que el mismo facultativo que atiende presencialmente a un asegurado pueda hacerlo también telemáticamente. “Es lo que denominamos ‘telemedicina de proximidad’ para especialidades, que se superpone como segunda capa a la telemedicina de urgencias o consulta rápida de medicina de familia o pediatría”, expone. Este año se espera presentar un servicio de cribaje y diagnóstico telemático en dermatología, “con una

simple foto y una somera descripción de la lesión”.

Salud en la ‘España vacía’

La despoblación y la escasez de recursos sanitarios en la denominada ‘España vacía’ es un problema cada vez mayor. La respuesta de las aseguradoras pasa por el despliegue de amplios cuadros médicos y soluciones de telemedicina. “SegurCaixa Adeslas tiene un cua-

dro médico de más de 51.000 profesionales sanitarios; 1.630 centros concertados, incluyendo 207 hospitales privados; y 188 clínicas dentales. Además, disponemos de 25 centros Adeslas Salud repartidos por todo el país. Asimismo, somos un puntal básico en el mutualismo administrativo del país, que contribuye al mantenimiento de una oferta sanitaria privada en zonas con menor demanda y que, de otra forma, no podrían subsistir”, reseña García.



Ortiz destaca la renovación de los conciertos del mutualismo administrativo por Asisa. “Permitirá mantener los dispositivos asistenciales de la sanidad privada en algunas zonas en las que el seguro privado por sí solo no tiene suficientes asegurados para garantizar una actividad rentable”, declara. Además, destaca el refuerzo de los servicios de telemedicina a través de ‘Asisa Live’.

Francisco Calderón, director de Desarrollo de Negocio de Salud de Mapfre España, incide en que la compañía tiene una red de más de 3.100 oficinas por todo el país, “incluidas áreas rurales y de baja densidad poblacional”. Además, ha reforzado su apuesta por la telemedicina, “muy útil para quienes viven en localidades con acceso limitado a centros médicos”, afirma.

Merino indica que Fiatc está respondiendo al reto de la ‘España vacía’ sosteniendo las estructuras asistenciales existentes y ofreciendo alternativas en zonas que nunca han tenido recursos asistenciales gracias a la telemedicina.

Aparte de la telemedicina y la atención no presencial, Jiménez indica que Axa aborda los retos de la ‘España vacía’ a través de la promoción de hábitos saludables y la prevención, con campañas de educación sanitaria y refuerzo en el diagnóstico precoz.

Despertar de la salud mental

La salud mental ha dejado de ser un tabú y esto ha provocado el aumento de la demanda de servicios al respecto. ‘Asisa Live’ cuenta con un servicio de apoyo psicoemocional, ya sea a través de su app de chat médico, teléfono o videoconsulta. Además, sus pólizas incluyen acceso a sesiones presenciales con especialistas para tratar enfermedades relacionadas con la salud mental. También cubren el tratamiento de alteraciones psicológicas provocadas por acoso escolar, ciberacoso y violencia de género.

Caser dispone de la plataforma online ‘Mi Bienestar Emocional’, donde ofrece consejos para el cuidado de la mente y las emociones a través

de cursos en directo. Las consultas de psicología suponen ya el 40% del total de las recibidas por su centro médico de telemedicina.

Los clientes de Segurcaixa Adeslas tienen acceso a la plataforma de servicios digitales ‘Adeslas Salud y Bienestar’, donde se incluye el servicio de ‘Orientación Médica’. “En el caso la salud emocional, los asegurados pueden contactar ágilmente con un especialista por teléfono y video llamada, atendido por un equipo de psicólogos”, explica García.

Mapfre ha incorporado nuevas coberturas específicas en sus productos. “Además de incluir la especialidad de psiquiatría, ofrecemos tratamientos de psicoterapia breve o terapia focal”, detalla Calderón.

Merino destaca que Fiatc ha eliminado el copago asociado a la psicología, ha aumentado hasta 25 el número de sesiones anuales cubiertas, ha incluido el internamiento por trastornos de la conducta alimentaria y ha ampliado a 90 días la cobertura de internamiento.



Axa también dispone de servicios de psicología, tanto presencial como a distancia. Por otro lado, el grupo publica cada año un estudio mundial sobre salud mental, con el fin de dar visibilidad a este tema y sensibilizar a la sociedad.

Respuesta a los 'baby dreams'

Las entidades son conscientes de los desafíos que suponen los tratamientos de fertilidad y el aumento de riesgos en el embarazo. Así, Mapfre tiene pólizas que incluyen el estudio y tratamiento de la esterilidad o infertilidad de la pareja, contemplando técnicas como la inseminación artificial y la fecundación 'in vitro'.

El director de Salud de Caser destaca que su entidad ofrece test de cribado prenatal no invasivo en embarazos de riesgo y reproducción asistida para mujeres de hasta 45 años.

Los productos de cobertura completa de Fiatc también incluyen reproducción asistida, tanto inseminación artificial como fecundación 'in vitro', una vez superado el periodo de carencia. En cuanto al seguimiento del embarazo, no sólo cubre las ecografías, incluyendo la 3D y la morfológica, sino también triple screening/EBA screening, test de preeclampsia, amniocentesis, estudio del cariotipo fetal, biopsia corial y analítica del test prenatal no invasivo.

Segurcaixa Adeslas tiene varias iniciativas para mejorar el acompañamiento de las aseguradas durante el embarazo y el parto. Y después del parto, dispone del plan 'Niño Sano', un servicio de coaching neonatal e infantil, 'Cartilla de Salud' o el acceso a LactApp.

Axa incluye coberturas de reproducción asistida, seguimiento obstétrico personalizado, acompañamiento en el periodo periparto, atención psicoló-

"Ante la despoblación y la escasez de recursos sanitarios en la 'España vaciada' las aseguradoras responden con soluciones de telemedicina y amplios cuadros médicos"

gica y apoyo emocional, prevención y educación en salud reproductiva, etc. Además, los tratamientos de fertilidad están cubiertos en reembolso. Y en los embarazos de riesgo se incluyen múltiples novedosas pruebas.

Asisa brinda acceso en condiciones especiales a los tratamientos de fertilidad del Grupo UR, así como acceso en condiciones especiales a la conservación de células madre del cordón umbilical de los hijos en el banco BioCord.

Más vale prevenir

Las aseguradoras prestan también especial atención a los planes de salud preventiva. Asisa tiene el 'Programa Integral Menopausia' y el 'Programa Familias Primerizas'. Ha reforzado asimismo las coberturas de medicina preventiva, dando acceso a programas y pruebas de detección temprana de enfermedades de gran prevalencia.

Axa ofrece un plan de prevención que incluye cribados y revisiones periódicas adaptadas a las características de sus clientes, así como el envío mensual de información sobre programas preventivos y artículos relacionados. Entre sus programas de diagnóstico precoz destacan los de cáncer de mama,

glaucoma, cáncer de piel o riesgo cardiovascular.

Fiatc también concede gran importancia a la prevención. "Si partimos del 'Programa de Prevención General' a partir de los 45 años, podemos incorporar chequeo urológico, cardiológico, test Septina9 e incluso una prueba de esfuerzo. En prevención ginecológica, al chequeo hemos añadido el seguimiento preventivo del VPH, haya o no sintomatología, cada 5 años. Y en el entorno pediátrico, disponemos de un amplio dispositivo telemático de consultas especializadas diurnas", detalla Merino.

Mapfre ofrece diversos programas de medicina preventiva para reducir el riesgo de aparición de enfermedades y detectar precozmente posibles patologías.

A través de 'Adeslas Salud y Bienestar', la compañía ofrece pautas de autocuidado para enfermedades prevalentes, brindando acompañamiento profesional a los usuarios con patologías crónicas o en perfil de riesgo. También cuenta con programas de actividad física, con más de 300 vídeos guiados.

Caser lanza comunicaciones a sus asegurados para prevenir enfermedades como cáncer de colon, mama o piel y diabetes.

**MARTA VILLANUEVA**

Directora General de la Fundación IDIS

Un sistema que necesita colaboración y soluciones

Que la sanidad en España pasa por una situación delicada es prácticamente un secreto a voces. Lo saben los profesionales, lo saben los académicos, la Administración, y hasta los propios pacientes, que son quienes sufren la situación. La presión asistencial es intensa en todos los niveles del sistema público, con largas listas de espera y con graves problemas de recursos en la atención primaria, con una saturación que retrasa el acceso al sistema y por tanto a los diagnósticos. A estas circunstancias hay que añadir nuevos desafíos: el envejecimiento poblacional, el aumento de la cronicidad, la escasez de profesionales y la necesidad urgente de abordar la transformación digital con visión estratégica. No es solo un problema coyuntural, sino estructural, lo que hace necesaria la realización de reformas para la sostenibilidad del modelo.

En este escenario, la sanidad privada juega un papel imprescindible, por la liberación de carga

que supone en el ámbito asistencial y que evita el engrosamiento de las listas de espera en el ámbito público. El sector asegurador es pues pieza esencial para garantizar el acceso ágil a la atención sanitaria y para ofrecer soluciones que complementen al sistema público. Son más de 12 millones de ciudadanos (incluyendo los mutualistas) los que confían en un seguro de salud. Esta realidad, además de aliviar la presión sobre el sistema público, introduce eficiencia, personalización y capacidad de respuesta que el paciente valora de forma especial.

El seguro de salud crece año tras año; y esta progresión conlleva también nuevas responsabilidades y capacidad de adaptación. El sector asegurador debe ser flexible y dar respuesta a un paciente más informado, más exigente y que demanda experiencias de salud integradas. Por eso, la apuesta por la innovación, la incorporación de tecnologías como la inte-

ligencia artificial o el big data, y el desarrollo de servicios preventivos y de salud digital son ya elementos diferenciales a los que es preciso prestar atención.

En paralelo, la Mediación de seguros de salud está viviendo una evolución notable. El Mediador se convierte en un asesor integral de salud, con un rol fundamental en la educación del cliente o en la elección de productos ajustados a su perfil. Esta transformación exige formación continua, capacidad de análisis y empatía, así como herramientas y habilidades tecnológicas que permitan responder a un entorno más complejo y competitivo.

En definitiva, estamos en un escenario que requiere visión, diálogo y colaboración. El sector asegurador, junto con sus Mediadores, está llamado no solo a responder, sino a liderar soluciones innovadoras que contribuyan a una atención sanitaria más accesible, personalizada y sostenible.



Asisa

Condiciones exclusivas para Mediadores colegiados



Gracias a un acuerdo con el Consejo General, Asisa pone a disposición de los Mediadores colegiados, sus empleados y familiares directos una oferta sanitaria con 3 modalidades de aseguramiento: salud, integral y dental. Cada opción cuenta con coberturas específicas y condiciones de contratación adaptadas al colectivo.

ASISA SALUD es una póliza de cuadro médico completo que incluye acceso directo a especialistas, urgencias, medicina general, pediatría, enfermería, podología, psicoterapia, hospitalización, cirugía ambulatoria, tratamientos especiales y medicina preventiva, entre otros. Se contrata con cuestionario de salud, sin copagos y sin carencias durante los primeros meses. También incorpora nuevas coberturas para 2025, como mayor capital en asistencia en viaje, servicios relacionados con conservación de células madre, atención especializada en menopausia y orientación social.

ASISA INTEGRAL 180M combina el cuadro médico con la modalidad de reembolso. Permite acudir a cualquier profesional o centro en España o en el extranjero, con reembolso del 90% y 80%, respectivamente, hasta un máximo anual de 180.000 euros. Ofrece las

mismas coberturas asistenciales que el seguro de salud, además de las mejoras incluidas para 2025.

ASISA DENTAL ofrece atención bucodental sin cuestionario de salud ni carencias, con acceso a clínicas dentales de la aseguradora y cobertura en diagnóstico, prevención, ortodoncia, prótesis, cirugía, implantología, entre otras especialidades. Incluye hasta 27 servicios gratuitos desde el primer día y cobertura para menores de 8 años sin coste adicional cuando estén incluidos en la póliza de sus progenitores.

Además, los asegurados pueden gestionar su relación con la entidad a través de la nueva versión de la App de Asisa, que permite buscar centros médicos, autorizar pruebas, consultar citas, pólizas y recibos, o contactar con un médico virtual.

MÍMATE,
DISFRÚTATE,
Y CUÍDATE.

AHORA CON UN

30%

DE DESCUENTO ⁽¹⁾

CONTRÁTALO
ANTES DEL
15 DE JULIO

Mayoría de pruebas sin autorización

Video consultas en pocos minutos

Más sesiones de psicoterapia

Programa Integral Menopausia ASISA

**EN ASISA REINVERTIMOS TODOS
NUESTROS BENEFICIOS EN TI Y
EN CUIDARTE.**

900 10 10 21
asisa.es

Salud
Dental
Vida
Accidentes
Hospitalización
Decesos
Mascotas
Viajes

 **TEATRO REAL**
CERCA DE TI

asisa 
mejor así

(1) Promoción válida hasta el 15 de julio de 2025. Seguros que entran en la promoción: ASISA Ya, ASISA Esencial, ASISA Esencial +, ASISA Completa, ASISA Completa +, ASISA Completa ++, ASISA Reembolso 100.000, ASISA Reembolso 180.000, ASISA Reembolso 240.000, ASISA Esencial Mutualistas, ASISA Completa Mutualistas, ASISA Próxima Pymes, ASISA Próxima Pymes Plus, ASISA Salud Pymes, ASISA Salud Pymes Plus, ASISA Integral Pymes, ASISA Dental, ASISA Dental Familiar, ASISA Dental Mutualistas, ASISA Dental Familiar Mutualistas, ASISA Dental Pymes, ASISA Vida Tranquilidad, ASISA Vida Compromiso 10, ASISA Vida Tranquilidad Protección Hipoteca, ASISA Vida Accidentes Senior, ASISA Accidentes Plus Tipo II, ASISA Accidentes Tipo Especial, ASISA Travel and You Basic, ASISA Travel and Cruise, ASISA Travel Unlimited 60, ASISA Travel Study, ASISA Travel Welcome, ASISA Mascotas y OCASO Asistencia Familiar Plena. Promoción no válida en Ibiza y Menorca. Más información en asisa.es

El mundo es tuyo

En IRIS GLOBAL ponemos a tu disposición todo lo que tus clientes necesitan

Sea cual sea el motivo de su **viaje** contarán con las coberturas más completas e innovadoras para **viajar protegidos**.

Y es que tener detrás una compañía líder en **Asistencia en Viaje** es toda una garantía.

IRISGLOBAL

Iris Global Soluciones de Protección Seguros y Reaseguros, SAU

917 70 07 17
www.irisglobal.es

